

## ANALISIS SEMIOTIK IKLAN POLITIK PRABOWO GIBRAN PADA PILPRES 2024

### SEMIOTIC ANALYSIS OF PRABOWO GIBRAN'S POLITICAL ADS IN THE 2024 PRESIDENTIAL ELECTION

**Didi Permadi**<sup>1\*</sup>, Diryo Suparto<sup>2</sup>, Ahmad Zaini Bisri<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pancasakti Tegal

\*Korespondensi: [Didi.ups2019@gmail.com](mailto:Didi.ups2019@gmail.com)

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 18-02-2024)

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 28-02-2024)

(Disetujui oleh Dewan Redaksi: 18-03-2024)

#### ABSTRACT

General elections are a crucial moment in the life of the nation and state. This moment is used by political figures to build positive perceptions through political advertising. Political advertising has the main function as a strategic communication tool in the democratic process. This research aims to uncover the meaning and communication strategies used in Prabowo Gibran's political advertisements during the 2024 Presidential Election. The focus of this research is to decipher the symbolic meaning and messages contained in political advertisements using Charles Sanders Peirce's semiotic theory as a basis for exploring the signs- signs that appear in these political advertisements. By referring to Charles Sanders Peirce's semiotic theory, this research tries to identify and analyze the signs that appear in the Prabowo Gibran couple's political advertisements, both visual and verbal. Charles Sanders Peirce's semiotic analysis carried out by outlining three important components, namely Sign, Object, Interpretant, shows that political advertisements have a distinctive communication style as part of their political communication strategy. Semiotic analysis also places this advertisement in the positive category, indicating that the message conveyed is able to create meaning that supports the positive image of the couple.

**Keywords:** Political advertisements; Prabowo Gibran; Semiotic.

#### ABSTRAK

Pemilihan umum merupakan momen krusial dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Momen ini dijadikan para tokoh politik untuk membangun persepsi positif melalui iklan politik. Iklan politik memiliki fungsi utama sebagai alat komunikasi strategis dalam proses demokrasi. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar makna dan strategi komunikasi yang digunakan dalam iklan politik Pasangan Prabowo Gibran selama Pemilihan Presiden 2024. Fokus pada penelitian ini adalah menguraikan makna simbolik dan pesan yang terkandung dalam iklan politik dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce sebagai landasan untuk mengeksplorasi tanda-tanda yang muncul dalam iklan politik tersebut. Dengan mengacu pada teori semiotika Charles Sanders Peirce, penelitian ini

mencoba mengidentifikasi dan menganalisis tanda-tanda yang muncul dalam iklan politik Pasangan Prabowo Gibran, baik yang bersifat visual maupun verbal. Analisis semiotik Charles Sanders Peirce yang dilakukan dengan menguraikan tiga komponen penting, yaitu Sign, Object, Interpretant menunjukkan bahwa iklan politik tersebut memiliki gaya komunikasi yang khas sebagai bagian dari strategi komunikasi politiknya. Analisis semiotik juga menempatkan iklan ini dalam kategori positif, mengindikasikan bahwa pesan yang disampaikan mampu menciptakan makna yang mendukung citra positif pasangan tersebut.

**Keywords:** Iklan Politik; Prabowo Gibran; Semiotik.

---

Didi Permadi, Diryo Suparto, Ahmad Zaini Bisri. 2024. Analisis Semiotik Iklan Politik Prabowo Gibran Pada Pilpres 2024

---

## PENDAHULUAN

Dalam era politik modern, iklan politik telah menjadi salah satu instrumen penting dalam menyampaikan pesan dan membangun citra kandidat atau pasangan calon. Iklan merupakan sebuah sarana atau media untuk berkomunikasi dalam membentuk citra positif. Iklan menjadi pilihan banyak kepentingan dalam penyampaian pesan. Iklan politik mampu membangun opini Masyarakat terkait citra para politikus. Pada dasarnya iklan politik mampu membentuk realitas cara pandang Masyarakat dalam menentukan arah politiknya. Iklan politik dalam sebuah kampanye mencerminkan dokumentasi dari realitas persuasi politik modern (Fadilah & Andriana, 2023).

Pemilihan umum, terutama Pemilihan Presiden, menjadi ajang yang sangat kompetitif di mana kandidat bersaing untuk mendapatkan dukungan publik melalui berbagai strategi komunikasi. Salah satu bentuk strategi tersebut adalah melalui iklan politik, yang secara intensif digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan visi, misi, dan citra positif dari calon atau pasangan calon. Iklan politik dinilai efektif dalam membentuk opini yang positif. Efektivitas iklan politik bukan hanya dinilai dari isi pesan yang disampaikan, namun penegasan dan cara penyampaian pesan tersebut juga turut mempengaruhi iklan politik menjadi efektif atau tidak. Efektivitas iklan adalah kondisi sejauh mana efek pesan iklan yang disampaikan dapat menarik

perhatian, dimengerti, dipahami, membangkitkan emosi, dan menggerakkan sasarannya untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Fransiska Hia & Siahaan, 2021)

Penelitian ini berfokus pada analisis semiotik terhadap iklan politik Pasangan Prabowo Gibran pada Pemilihan Presiden 2024. Keterlibatan Prabowo Subianto, seorang tokoh yang telah menjadi bagian dari panggung politik nasional, dan Gibran Rakabuming Raka, sebagai sosok yang mewakili generasi muda, menjadikan pasangan ini menarik untuk dianalisis dalam konteks semiotika. Penelitian ini memiliki urgensi khusus karena terkait dengan Pemilihan Presiden 2024. Dalam konteks politik yang dinamis, analisis terhadap iklan politik dapat memberikan pemahaman yang aktual terkait dengan dinamika politik yang terjadi selama kampanye

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap dan menginterpretasi tanda-tanda dalam iklan politik Pasangan Prabowo Gibran, dengan mengacu pada teori semiotika Charles Sanders Peirce. Analisis semiotik ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait strategi komunikasi yang digunakan oleh pasangan ini dalam menciptakan citra positif di mata pemilih selama Pemilihan Presiden 2024. Objek dalam penelitian ini adalah iklan kampanye politik versi "Prabowo Gibran Memang Istimewa" yang di muat di beberapa media massa televisi maupun akun youtube partai

Gerindra Tv. Sejak ditayangkan di akun youtube resmi Gerindra Tv, iklan politik ini telah ditonton sebanyak 908 kali. penelitian terkait analisis semiotik pada iklan politik telah banyak dilakukan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Arief Hartanto dengan judul penelitian Makna Tanda dalam Iklan Politik Pemilihan Presiden Indonesia. Penelitian ini menghasilkan bahwa konten iklan politik Jokowi Amin termasuk dalam kategori positif dan memiliki gaya khas iklan tersendiri (Arief, 2021). Penelitian serupa selanjutnya juga pernah dilakukan oleh Dwi Ningsih dkk, dengan judul penelitian "Analisis Semiotika Iklan Politik Jokowi-maruf dalam pilpres 2019 versi 3 kartu sakti" penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa materi tayangan iklan politik Jokowi-Ma'ruf Amin versi "3 Kartu Sakti" berhasil menarik simpati Masyarakat, terbukti Masyarakat banyak mengenal 3 kartu sakti ini (Dwi Ningsih, 2022). Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman terhadap strategi komunikasi politik melalui kajian semiotika, khususnya dalam konteks iklan politik pasangan Prabowo Gibran pada Pilpres 2024. Implikasi dari temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap iklan politik dan memberikan wawasan tambahan bagi praktisi komunikasi politik dalam merancang kampanye yang efektif.

Dengan melakukan analisis terhadap tanda-tanda dalam iklan politik ini, diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi berharga terhadap pemahaman praktik komunikasi politik, terutama dalam konteks kampanye presiden di Indonesia.

#### **MATERI DAN METODE**

Iklan politik adalah sebuah strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh para pelaku politik. Sepertihalnya iklan politik Prabowo Gibran Versi Prabowo Gibran memang Istimewa ini merupakan sarana komunikasi politik pasangan Prabowo Gibran dengan masyarakat luas.

Sejak diluncurkan dalam Akun Youtube Gerindra Tv Pada 13 Desember 2023 hingga 15 Maret 2024, Iklan ini sudah ditonton sebanyak 1.156.663 kali, dengan jumlah komentar dalam iklan ini mencapai 995 komentar. Iklan politik Prabowo Gibran ini sebagai media penyampaian Pesan dalam komunikasi politik. Dalam penyampaian pesan dibutuhkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan. Tujuan dari iklan politik itu sendiri adalah memperoleh simpati dan membangun citra positif.

Citra positif dalam realitas tidak terbentuk dengan sendirinya, komunikasi menjadi kunci dalam pembentukan citra positif. Komunikasi dalam politik bukan hanya tentang menyampaikan pesan dengan jelas, tetapi juga tentang membangun koneksi dan kepercayaan dengan pemilih. Politisi yang menguasai aspek-aspek tersebut dapat memengaruhi opini publik dan meraih dukungan yang lebih besar. Kriteria paling penting bagi keefektifitasan komunikasi adalah pengaruh yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada seorang komunikan. Istilah "pengaruh" di sini bukan merujuk pada kontrol, melainkan kepada kemampuan komunikator untuk mencapai hasil yang diinginkan melalui interaksi komunikatif (Muya Syaroh Iwanda Lubis, 2020).

Komunikasi Politik yang dibingkai dalam bentuk pesan iklan politik dapat diterima semua kalangan. Selain itu proses pengemasan pesan atau pembentukan pesan yang menarik menjadi hal yang krusial agar komunikasi berjalan efektif, sehingga pesan yang disampaikan mempunyai dampak yang positif. Pesan Komunikasi tersebut dirancang dalam sebuah tayangan baik dalam bentuk audio maupun visual yang disebut dengan iklan digital. Iklan politik yang terkemas dalam bentuk digital akan mudah dijangkau secara luas dengan menggunakan media digital. Media digital meningkatkan kemungkinan interaksi antara elemen penting didalamnya yakni partai dan institusi negara dengan warga negara dan membuka

ruang komunikasi dan partisipasi politik secara luas (Fransiska Hia & Siahaan, 2021).

Dengan internet sebagai pondasi utama, media digital memungkinkan penyebaran berita, konten, dan kampanye secara global dalam waktu nyaris instan. Fleksibilitas platform digital juga memungkinkan adanya interaksi dua arah antara pengguna dan konten, memungkinkan partisipasi aktif, pembaharuan, dan umpan balik secara real-time. Selain itu, media digital memberikan kemampuan segmentasi pasar yang tinggi, memungkinkan penargetan spesifik kepada audiens tertentu sesuai dengan karakteristik, preferensi, dan perilaku online. Kelebihan ini membuat media digital menjadi alat yang sangat efektif untuk pemasaran, komunikasi, dan kampanye yang menciptakan interaksi yang lebih dinamis antara penyedia konten dan audiensnya. Iklan politik dapat disebut sebagai pintu penghubung antara partai politik dan para pemilih.

Pada prinsipnya, iklan politik merupakan elemen dari strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk mempromosikan kandidat atau program politik dengan menerapkan strategi pemasaran komersial. Ini adalah upaya yang diadopsi oleh partai politik sebagai metode untuk mencapai tujuan mereka (Kustiawan *et al.*, 2022).

Iklan memegang dua peran dalam proses pertukaran antara produsen (barang, layanan, atau program politik) dan konsumen. Pertama, iklan berfungsi sebagai penyedia informasi. Dalam proses politik, diharapkan bahwa keterlibatan pemilih yang rasional memerlukan dasar informasi yang memadai. Kedua, sebagai hasil dari fungsi ini, iklan memberikan makna kepada produk atau layanan bagi calon pembeli mereka (Ervan Ismail, 2018).

Iklan politik berbeda dengan iklan komersial lainnya. Dalam iklan politik, pengiklan menargetkan perolehan simpati dan suara pemilih untuk mencapai tujuan politiknya. Menurut Hughes (2018) menyatakan bahwa iklan politik memiliki

tiga karakteristik utama yang membuatnya berbeda dari iklan produk komersial secara umum. Pertama, memiliki tingkat kerugian dalam kampanye. Kedua, meski hanya Sebagian kecil memiliki hak pilih, akan tetapi seluruh lapisan masyarakat di suatu negara menjadi target pasar politik. Ketiga, orientasi kampanye pada iklan politik cenderung lebih bersifat jangka pendek (Andrew Hughes, 2018).

Metode penelitian ini bersifat kualitatif, dengan pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena atau objek penelitian secara menyeluruh melalui pengamatan dan pengumpulan data yang mendalam. Dengan mengadopsi paradigma konstruktivis, penelitian ini mengeksplorasi serta merinci bagaimana makna tanda-tanda dalam iklan politik dapat diurai dan dipahami.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan teori semiotika oleh Charles Sanders Peirce. Teori yang diterapkan dalam metode ini menggunakan konsep segitiga makna sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan. Dalam Teori Segitiga makna Peirce terdapat tiga analisis yaitu tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretasi (*interpretant*). Semiotika adalah ilmu tentang pertandaan. Menurut Charles Sanders Peirce, semiotika adalah kajian yang tentang pertandaan dan segala hal yang berhubungan dengan tanda itu sendiri (Saleha & Yuwita, 2023)

Dalam analisis Sign, Peneliti akan mengidentifikasi tanda-tanda yang digunakan dalam iklan politik Prabowo Gibran. Contohnya, gambar Prabowo dan Gibran, logo partai politik, slogan, atau simbol-simbol tertentu yang mewakili nilai atau pesan politik. Kemudian untuk analisis Objek, Peneliti akan menganalisis objek-objek yang direpresentasikan dalam iklan politik Prabowo Gibran. Misalnya, visi-misi politik mereka, platform kampanye, atau pesan-pesan tertentu yang ingin disampaikan kepada pemilih. Dan yang terakhir untuk analisis Interpretant, Peneliti akan menganalisis bagaimana tanda-tanda dan objek-objek dalam iklan

politik Prabowo Gibran menghasilkan interpretan tertentu di kalangan pemilih. Hal ini melibatkan pemahaman terhadap pesan politik yang ingin disampaikan, dampak emosional atau psikologis, serta respons publik terhadap iklan tersebut.

Unit analisis pada penelitian ini adalah video iklan politik versi Prabowo Gibran memang Istimewa yang didapatkan dari platform youtube Gerindra Tv. Video iklan politik yang berdurasi 1 menit itu kemudian dianalisis menggunakan teori semiotik Charles Sanders Pierce yang membagi tanda berdasarkan objeknya yaitu ikon, indeks dan symbol.

Iklan politik tersebut akan dianalisis dengan seksama sehingga didapatkan kesimpulan makna tanda dalam iklan tersebut. Iklan politik pasangan Calon Presiden Prabowo Gibran versi Prabowo Gibran memang Istimewa dipilih oleh peneliti karena iklan ini memiliki keunikan sendiri, salah satunya adalah sosok Prabowo Gibran yang divisualisasikan dalam iklan ini dalam bentuk animasi. Memilih iklan politik Prabowo Gibran sebagai objek penelitian dapat memberikan kesempatan untuk memahami lebih dalam tentang politik, komunikasi politik, dinamika sosial, dan pengaruh media terhadap opini publik dalam konteks Pilpres 2024 di Indonesia.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti telah melakukan analisis secara mendalam terhadap iklan politik pasangan Prabowo Gibran versi Prabowo Gibran memang Istimewa, Selanjutnya, peneliti melakukan pemetaan terhadap tanda (sign) yang ada dalam iklan tersebut. Proses pemetaan ini dilakukan dengan maksud mengelompokkan adegan yang memiliki tanda (sign) serupa, bertujuan untuk mempermudah analisis terhadap iklan politik Prabowo Gibran. Hasil analisis yang dilakukan terdapat 18 scene dalam iklan politik Prabowo Gibran versi Prabowo Gibran memang Istimewa. Iklan ini muncul

perrtamakali dilaman youtube Gerindra Tv pada bulan Desember 2023.

Tabel 1.  
Analisi Iklan Prabowo Gibran scene 1,2,3  
Sign



Scene 1



Scene 2



Scene 3

Object

Scene 1 menggambarkan Masyarakat yang memperhatikan baliho Prabowo Gibran dalam karakter animasi Scene 2 Prabowo dalam karakter animasi hadir mengajak Masyarakat untuk berjoget bersenang-senang Scene 2 karakter Prabowo dalam bentuk boneka animasi hadir didalam kendaraan seseorang dengan gaya jogetnya yang khas

Interpretant

Pemaknaan dari scene 1,2 dan 3 menggambarkan bahwa kehadiran Prabowo disegala tempat dapat membuat orang riang dan gembira

Konsep awal dalam iklan tersebut (tabel1) yaitu scene 1,2, dan 3 adalah menggambarkan kondisi situasi Masyarakat yang sedang melakukan kegiatan sehari-hari kemudian dikejutkan dengan kehadiran sosok Prabowo dalam bentuk animasi dan mengajak semua orang untuk berjoget Bersama. Pada scene ini dapat diartikan bahwa sekan-akan kehadiran Prabowo dapat membuat orang menjadi senang.

Dalam scene tersebut Kehadiran sosok Prabowo yang juga merupakan calon presiden no urut 2 diartikan sebagai sosok yang menjadi jawaban dari semua permasalahan di Masyarakat. Hal ini tergambar dalam scene tersebut yang menggambarkan sosok Prabowo yang hadir di Tengah-tengah aktifitas masyarakat yang kemudian masyarakat turut terbawa suasana senang. Analisis selanjutnya adalah pada penggunaan kostum atau pakaian Prabowo dalam iklan tersebut. Pakaian yang digunakan pasangan Prabowo -Gibran bernuansa biru. Warna biru dikenal dengan elemen warna langit dan laut yang mempunyai arti yang cukup kuat. Warna biru memiliki potensi untuk merangsang pemikiran agar menjadi lebih jelas. Dianggap memiliki kemampuan untuk menenangkan pikiran dan meningkatkan tingkat konsentrasi. Penggunaan warna biru juga dapat menciptakan kesan profesional bagi siapapun yang mengenakannya (tst/asr, 2023).

Kemudian karakter Prabowo-Gibran versi Prabowo Gibran Istimewa ini digambarkan dalam bentuk animasi. Karakter animasi Prabowo dan Gibran dapat berfungsi sebagai simbol yang menciptakan identitas visual yang mudah diingat dan dikenali oleh pemirsa. Dalam hal ini, karakter animasi dapat menciptakan brand recognition yang kuat. Penggunaan karakter animasi cenderung menciptakan suasana yang lebih ringan dan ramah. Ini bisa dimaksudkan untuk mengurangi ketegangan dan menciptakan iklim positif di antara pemirsa

Pada tabel 2 terdapat scene 4,5,8, dan 11 menggambarkan kondisi kegiatan ekonomi perdagangan dipasar, pertanian dan warung makan. Hal ini Kemudian menjadi simbol bahwa dalam scene tersebut iklan Prabowo Gibran memperhatikan sektor ekonomi kalangan menengah kebawah dan UMKM. Scene tersebut bermakna Prabowo menunjukkan perhatiannya terhadap sektor UMKM dan pertanian sebagai bagian dari strategi membangun citra positif

Tabel 2  
Analisis Iklan Prabowo Gibran scene 4,5,8, dan 11

Sign	 Scene 4	 Scene 5
	 Scene 8	 Scene 11
Object	Scene 4 menggambarkan Prabowo hadir bagi para pedagang Scene 5 menggambarkan Prabowo hadir dan peduli pada kalangan ekonomi ditingkat pasar Scene 8 menggambarkan Prabowo hadir bagi para petani Scene 11 menggambarkan Prabowo hadir bagi kalangan UMKM	
Interpretant	Pemaknaan dari scene 4,5,8, dan 11 menggambarkan bahwa Prabowo peduli pada sektor ekonomi Masyarakat baik pertanian maupun perdagangan.	

Tabel 3  
Analisi Iklan Prabowo Gibran scene 6,9,12,  
dan 15

Sign		
	Scene 6	Scene 9
		
	Scene 12	Scene 15
Object	<p>Scene 6 menampilkan janji kampanye makan siang dan susu gratis bagi anak-anak sekolah</p> <p>Scene 9 memperlihatkan Masyarakat yang sedang menonton iklan janji kampanye terkait air bersih untuk semua</p> <p>Scene 12 juga menjelaskan program kampanye Prabowo berkaitan dengan Hilirisasi untuk semua</p> <p>Scene 15 menggambarkan program kampanye Prabowo Gibran berkaitan dengan mewujudkan SMK Juara.</p>	
Interpretant	<p>Pemaknaan dari scene 6,9,12, dan 15 menggambarkan program-program pasangan Prabowo Gibran dalam kontestasi pemilu 2024. Beberapa program yang ti tampilkan seperti program makan siang dan susu gratis bagi anak-anak sekolah (scene 6), peningkatan perekonomian (scene 9) , menciptakan lapangan pekerjaan (scene 12) , dan peningkatan kualitas Pendidikan dalam rangka menyongsong bonus demografi ( scene 15)</p>	

Iklan kampanye politik pasangan Prabowo Gibran pada scene 6,9,12 dan 15 memberikan pesan-pesan berkaitan dengan program-program yang akan dilakukan jika terpilih menjadi presiden dan wakil presiden. Beberapa program di kemas dalam Bahasa singkat dan padat namun mudah dipahami. Selain itu proses penyampaiannya pun efektif dengan menggunakan grafis visual yang ringan, sehingga mudah dicerna. Grafis dan visual yang terlihat kekinian dalam iklan Prabowo Gibran dimaksudkan untuk menarik pemilih Gen Z yang menjadi sumber suara pemilihan terbanyak pada pemilu 2024 ini. Dari data KPU menyebutkan jumlah pemilih dari generasi Z dan milenial ini mendominasi karena mencapai 56,45 persen dari total pemilih (Bilal Ramadhan, 2023).

Tabel 4  
Analisi Iklan Prabowo Gibran scene 7, dan  
14

Sign	
	Scene 7
	
	Scene 14
Object	<p>Scene 7 menampilkan sebuah odong - odong yang mengangkut sejumlah pemuka agama dari berbeda-beda agama</p> <p>Scene 14 menampilkan 2 orang yang sedang berseteru kemudian dipisahkan oleh kehadiran sosok Prabowo.</p>
Interpretant	<p>Pemaknaan dari scene 7 dan 14 menjelaskan bahwa Prabowo adalah sosok pemersatu bangsa</p>

Pada table 4 hasil pemaknaan scene 7 dan 14 menjelaskan bahwa dalam iklan politik Prabowo Gibran ini mempertegas bahwa pasangan calon presiden dan calon wakil presiden Parabowo Gibran memiliki kapasitas atau kecakapan untuk menghadirkan persatuan di antara beragam lapisan masyarakat, mengatasi perbedaan, dan membangun kesatuan nasional. Walaupun penilaian ini dapat bervariasi tergantung pada perspektif dan interpretasi masing-masing individu atau kelompok, namun kesan ini menciptakan gambaran Prabowo sebagai pemimpin yang berpotensi menciptakan kohesi sosial di Indonesia. Selain itu secara khusus pada scene 14 dapat diartikan bahwa sosok Prabowo mempunyai kapasitas sebagai pemimpin yang bisa mendamaikan 2 kubu yang sedang berkonflik.

Tabel 5  
Analisi Iklan Prabowo Gibran scene 10,13,16,17 dan 18

Sign		
	Scene 10	Scene 13
		
	Scene 16	Scene 17
		
Object	<p>Scene 18</p> <p>Scene 10 sekelompok santri yang sedang ikut berjoged dengan sosok Prabowo, dan terdapat tulisan “ini santri 5.0”</p> <p>Scene 13 menampilkan sekelompok orang berseragam yang sedang ikut berjoged dengan sosok Prabowo.</p>	

Object Scene 16 sekelompok Masyarakat yang berlari penuh semangat dengan menunjukkan 2 jari, 2 jari adalah simbol kampanye Prabowo di pemilu 2024 dimana pasangan Prabowo Gibran mendapat urutan pasangan no 2

Scene 17 menampilkan sekelompok Masyarakat dari berbagai kalangan berjoged dengan sosok Prabowo. Yang unik dari scene ini adalah kelompok Masyarakat dengan identitasnya masing-masing, ikut berkumpul dan berjoged Bersama dengan sosok Prabowo.

Scene 18 merupakan ending dari iklan ini menampilkan sekelompok orang yang memberikan aplouse kepada Baliho pasangan Prabowo Gubran

Interpretant Pemaknaan dari scene 10, kehadiran Prabowo dapat diterima oleh kalangan santri generasi 5.0, Dimana Prabowo secara tidak langsung dalam iklan tersebut menyampaikan perhatiannya pada kalangan santri. Kemudian pada scene 13, jika diamati kelompok Masyarakat yang terlibat dalam iklan ini adalah sekelompok Masyarakat dengan seragam yang sama, pemakaian seragam yang sama dalam iklan diatas identik dengan seragam kaum buruh. Kemudian pada scene 16,17 dan 18 menjelaskan bahwa Prabowo adalah sosok yang bisa diterima siapa saja, dan akan berjuang untuk semua kalangan dari berbagai jenis golongan.

Penggambaran makna tanda pada Scene 10,13,16,17, dan 18 menggambarkan bahwa pada scene tersebut terlihat sekelompok massa yang jumlahnya lebih banyak daripada scene scene sebelumnya. Massa tersebut terdiri dari berbagai kalangan baik yang menggambarkan realitas keberagaman kondisi masyarakat Indonesia. Hal ini dapat diartikan bahwa keberadaan Prabowo dapat diterima oleh siapapun ditengah-tengah kondisi masyarakat yang berbeda-beda.

Khusus pada scene 10 terlihat simbol agama tertentu, yaitu agama islam, Dimana pada scene tersebut para santri ikut berjoged dengan Prabowo subianto. Penekanan yang terdapat pada scene ini adalah adanya tulisan "ini santri 5.0" yang mengandung arti bahwa Prabowo mempunyai visi misi khusus untuk menjadikan pesantren atau dunia santri lebih maju dan modern terintergasi dengan konsep perkembangan teknologi. Pemilihan simbol para santri sebagai symbol agama islam diartikan bahwa Prabowo ingin mendapatkan suara dari kalangan umat muslim. Indonesia menempati urutan pertama sebagai negara populasi muslim terbanyak didunia dengan populasi sebanyak 240,62 juta jiwa pada tahun 2023 atau setara 86,7% dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia (Cindy Mutia Annur, 2023).

Sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak didunia, strategi Prabowo untuk menggaet pemilih muslim menjadi pilihan yang tepat, dengan cara menampilkan symbol-simbol agama islam dalam iklan politiknya. Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, memiliki dinamika politik yang khusus terkait dengan identitas agama. Dalam konteks ini, strategi yang diambil oleh Prabowo Subianto untuk menggaet pemilih muslim menjadi pilihan yang strategis. Pemilihan untuk menampilkan simbol-simbol agama Islam dalam iklan politiknya menunjukkan kesadaran akan signifikansi peran pemilih muslim dalam proses demokrasi. Hal ini mencerminkan

upaya untuk menyampaikan pesan dan nilai-nilai yang dapat terhubung dengan keyakinan dan aspirasi dari sebagian besar masyarakat Indonesia yang beragama Islam.

Kehadiran simbol-simbol agama Islam dalam iklan politik Prabowo memberikan implikasi mendalam dalam upaya membangun citra dan kredibilitas di kalangan pemilih muslim.

Dengan menonjolkan nilai-nilai keagamaan, Prabowo berusaha memposisikan dirinya sebagai calon pemimpin yang memahami dan mampu mewakili kepentingan serta nilai-nilai masyarakat muslim. Dalam konteks ini, strategi ini dapat membuka pintu untuk membangun hubungan yang lebih kuat antara Prabowo dan pemilih muslim, yang merupakan basis pemilih potensial yang signifikan dalam peta politik Indonesia.

#### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Iklan politik Prabowo Gibran menggunakan berbagai tanda seperti gambar, kata-kata, simbol, dan warna untuk menyampaikan pesan politik kepada pemilih. Tanda-tanda ini dipilih dengan cermat untuk mempengaruhi persepsi dan sikap pemilih terhadap kedua kandidat. Iklan politik Pasangan Calon Presiden dan wakil Presiden Prabowo Gibran Versi "Prabowo Gibran memang Istimewa" dalam kampanye pemilihan presiden 2024, dapat disimpulkan bahwa tim kampanye memiliki strategi komunikasi yang berfokus pada penciptaan citra positif terhadap pasangan Prabowo dan Gibran. Penggunaan kata "Istimewa" sebagai kata kunci menunjukkan upaya untuk membangun naratif keistimewaan dan keunikan dari pasangan ini.

Keistimewaan tersebut dapat mencakup kombinasi pengalaman politik Prabowo dan keturunan Gibran, menciptakan sinergi kepemimpinan yang diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Implikasi dari pilihan iklan ini melibatkan upaya untuk meraih dukungan publik

melalui citra yang menggembirakan dan positif. Keunikan kampanye ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pasangan Prabowo dan Gibran, menciptakan kesan khusus dan mendalam terkait kepemimpinan dan visi mereka untuk masa depan. Selain itu, keistimewaan ini juga mungkin bertujuan untuk menarik perhatian dan dukungan dari berbagai segmen masyarakat, termasuk generasi muda yang terus menjadi kekuatan penting dalam politik Indonesia.

Strategi komunikasi iklan politik Prabowo Gibran hadir di masyarakat dengan simbol dan tanda khas tertentu. Iklan politik Prabowo Gibran secara keseluruhan termasuk dalam kategori positif. Iklan politik Prabowo Gibran menampilkan Program-program yang akan dilakukan, dan fokus pada solusi ditawarkan terhadap permasalahan yang ada di masyarakat saat ini.

Perlu diketahui bahwa dikontetasi pemilu 2024 ini Prabowo memilih berpasangan dengan Gibran sebagai simbol milenial sehingga hal ini mempengaruhi konten yang ada dalam iklan politik tersebut. Gibran merupakan politikus muda yang masih berusia 36 tahun dimana karakter Gibran diharapkan mampu menjulang suara pemilih muda. Salah satu hal yang menarik dari iklan politik ini adalah karakter pasangan Prabowo Gibran yang dibentuk dalam bentuk animasi. Karakter pasangan dalam bentuk animasi secara tidak langsung mengaburkan perbedaan usia antara Prabowo dan Gibran yang terpantau jauh. Selain itu simbol karakter joget gemoy ala Prabowo juga terus diperlihatkan dalam iklan politik ini sehingga memberikan pandangan bahwa meski usia Prabowo tidak lagi muda namun masih dapat diterima oleh kaum muda.

Selanjutnya, dalam iklan politik ini, ditampilkan simbol atau tanda dari masyarakat multikultural untuk menggambarkan realitas keberagaman masyarakat Indonesia. Simbol tersebut juga mencerminkan pendekatan kebijakan politik Prabowo Gibran yang mengajak

semua elemen atau kelompok masyarakat untuk bersama-sama mengatasi tantangan-tantangan di masa depan. Meski demikian sosok Gibran dalam iklan ini kurang berperan aktif, Dimana sosok Gibran hanya ada di opening dan closing. Selanjutnya, penelitian ini dapat diperluas dengan fokus pada iklan politik yang secara khusus ditujukan untuk pemilihan presiden.

Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi bagaimana perbandingan penggunaan simbol-simbol dalam iklan politik dapat memengaruhi nuansa dan gaya komunikasi. Dalam konteks praktis, disarankan agar di masa mendatang, penekanan pada iklan politik lebih difokuskan pada aspek positif, sehingga dapat lebih menonjolkan nilai-nilai dan etika dalam kehidupan sosial serta budaya masyarakat Indonesia. Selain itu, hal ini juga dapat berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang kondusif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andrew Hughes. (2018). *Market Driven Political Advertising*. Palgrave Macmilan.
- Arief, H. (2021). Makna Tanda dalam Iklan Politik Pemilihan Presiden Indonesia The Meaning of Sign in Political Advertising of the Indonesian Presidential Election Arief Hartanto. *Jurnal Pekommas\_Vol. 6\_No. 1*, 43–50. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060105>.
- Bilal Ramadhan. (2023). 56 Persen Pemilih Pemilu 2024 dari Kelompok Gen Z dan Milenial. *News.Republika.Co.Id*.
- Cindy Mutia Annur. (2023, October 19). 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin! *Katadata.Co.Id*.
- Dwi Ningsih, J. S. H. (2022). Analisis Semiotika Iklan Politik Jokowi-Ma'ruf Amin dalam Pilpres 2019 versi "3 Kartu Sakti." *Media and Empowerment Communication Journal*.
- Ervan Ismail. (2018). Kontroversi Iklan Politik Dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi, 1*.

- Fadilah, J., & Andriana, D. (2023). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Keputusan Memilih Mahasiswa Prodi Periklanan Universitas Bina Sarana Informatika. *Maret*, 10(1), 46–54. <https://doi.org/10.31294/jika>
- Fransiska Hia, E., & Siahaan, C. (2021). Komunikasi Politik Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Humantech*, 1.
- Kustiawan, W., Rizky Ramadhani, K., Valentina Damanik, S., & Muharramsyah, A. (2022). Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8), 1371–1380. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.178>
- Muya Syaroh Iwanda Lubis. (2020). Komunikasi Antara Pribadi Guru Dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Remaja. *Jurnal Network Media*, 3.
- Saleha, & Yuwita, M. R. (2023). Analisi Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Simbol Rambu Lalu Lintas Dead End. *Mahadaya*, 3.
- tst/asr. (2023, October 25). Mengulas Makna Warna Biru yang Dipakai Prabowo-Gibran. *Cnnindonesia.Com*.