

ANALISIS SEMIOTIKA PESAN KAMPANYE POLITIK PADA MEDIA BALIHO PILPRES DAN WAPILPRES JOKOWI-JK 2014 DI KOTA MAKASSAR

Semiotics Analysis on Politic Campaign Messages through Billboard Media of President and Vice President Election Jokowi-JK 2014 in Makassar

Andry Priyadharmad¹, Moeh. Iqbal Sultan²

¹Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Negeri Makassar

²Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Hasanuddin, Makassar (miqsul1012@yahoo.com)

ARTICLE INFO

Keywords: *Semiotics Analysis, Political Campaign, President Election, Message*

Katakunci: *Analisis Semiotika, Kampanye politik, Pemilihan Presiden, Pesan*

How to cite:
Priyadharmad, A., & Sultan, M. I. (2019). *Analisis Semiotika Pesan Kampanye Politik pada Media Baliho Pilpres dan Wapilpres Jokowi-JK 2014 di Kota Makassar*. *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 23-31.

ABSTRACT

The research fund is because of decades of media outdoor has a strategic role in the political life of the nation without land and water. Media on the road also play a role in the distribution and dissemination of information on political developments. This study aims to explain the marks allocation listed on the posters of the media and interpreting policy messages of media and electoral billboards wapilpres Jokowi-JK 2014 in the city of Makassar. Research approach semiotic analysis using primary and secondary data. The primary data obtained directly in the form of images ready yet and images that have been processed since the winning team JK Jokowi campaign in Makassar. While secondary data is the data that is collected through written documents related to the meaning of the message JK Jokowi campaign. Data were analyzed with descriptive qualitative method, the theory used is the theory of dissent, informative theories, persuasive theory and the theory of propaganda. Based on the results of the study led to the mapping in the first card, there are two icons, six indices and three symbols, while in the second there are two billboards icons, six indices and three symbols, three billboards Two icons seven indices and three symbols, the four billboards are two icons, six indices and two symbols, the fifth billboards are two icons, six indices and two symbols, on billboards, sixth two icons, six indices, symbols and the last two in the seventh billboards are two icons, six indices and two symbols. While in the campaign messages of political representation in the media and election posters are 2,014 wapilpres Jokowi-JK a transformational and served by having some characters as populist, trustworthy, modest, discreet, honest and responsible leader. The message type used JK Jokowi media campaign billboards often use this type of message is propaganda.

Abstrak

Latar belakang penelitian ini di karenakan dasawarsa media luar ruang mempunyai peran strategis dalam kehidupan politik berbangsa dan bertanah air. Media luar ruang juga berperan dalam menyalurkan dan menyebarkan informasi tentang peristiwa politik. Penelitian ini bertujuan menjelaskan

pemetaan tanda yang terkandung pada media baliho dan menginterpretasikan pesan politik yang terkandung pada media baliho pilpres dan wapres Jokowi-JK 2014 di kota Makassar. Penelitian menggunakan pendekatan analisis semiotika dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung baik berupa gambar siap olah maupun gambar yang telah di olah dari tim pemenangan kampanye Jokowi-JK di kota Makassar. Sedangkan data sekunder yaitu data yang dikumpulkan melalui dokumen-dokumen tertulis yang berkaitan dengan makna pesan kampanye Jokowi-JK. Data di analisis dengan metode kualitatif deskriptif, teori yang digunakan adalah teori perbedaan pendapat, teori informatif, teori persuasif dan teori propaganda. Berdasarkan hasil penelitian menghasilkan pemetaan pada baliho pertama terdapat dua ikon, enam indeks dan tiga simbol, sedangkan pada baliho kedua terdapat dua ikon, enam indeks dan tiga simbol, baliho ketiga terdapat dua ikon, tujuh indeks dan tiga simbol, baliho keempat terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol, baliho kelima terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol, pada baliho keenam terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol dan terakhir pada baliho ketujuh terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol. Sedangkan pada representasi pesan kampanye politik pada media baliho pilpres dan wapres 2014 adalah Jokowi-JK merupakan pemimpin transformasional dan melayani dengan memiliki beberapa karakter diantaranya seperti merakyat, amanah, sederhana, bijaksana, jujur dan bertanggung jawab. Adapun jenis pesan yang digunakan pada media baliho kampanye Jokowi-JK ini pada umumnya menggunakan jenis pesan yang bersifat propaganda.

Copyright © 2019. KAREBA. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Antara komunikasi dan politik sama-sama tergolong ke dalam ilmu sosial. Hubungan tersebut di nilai sangat intim dan istimewa karena di dalam kemasam politik, proses komunikasi politik menempati fungsi yang fundamental. Bagaimanapun pendekatan komunikasi telah membantu memeberikan pandangan yang mendalam dan lebih halus mengenai perilaku politik.

Berbagai macam jenis media komunikasi yang dapat digunakan oleh para pelaku politik dalam menyampaikan informasi-informasi kepada masyarakat. Salah satu media komunikasi yang banyak digunakan adalah media ruang luar. Saat ini media ruang luar dianggap sebagai hal yang esensial bagi propaganda perang yang sukses karena mereka merupakan satu-satunya saluran yang di jamin dapat menjangkau publik keseluruhan dan memiliki kelebihan yaitu dianggap dan dapat dipercaya. Media luar ruang dengan kemampuannya membuat agenda setting, dapat memancing perhatian khalayaknya untuk menyebar luaskan informasi, membentuk opini publik, terhadap gagasan yang dilemparkan oleh media luar ruang tersebut.

Menurut Supa Atha'na dalam Hasrullah (2010:10) menyatakan bahwa “penguasa dan politisi sangat sadar akan kekuatan media dalam membentuk opini publik”. Oleh karena itu mereka selalu berusaha membentuk dan mendapatkan manfaat media dan opini publik. Mereka menggunakan media dalam mempertahankan pengaruh dan perhatian publik. Untuk mencapai hal tersebut, mereka menggunakan media luar ruang untuk mendapatkan perhatian dan menyebarkan informasi. Media outdoor atau media luar ruang merupakan salah satu media publisitas yang akhir-akhir ini gencar dipergunakan baik itu perusahaan swasta tak terkecuali juga pemerintah. Media luar ruang itu diantaranya berupa flyer, poster, baliho, megatron, umbul-umbul, spanduk atau bentuk-bentuk lain, yang juga merupakan alat penyampai pesan, baik yang bersifat informatif ataupun persuatif yang

ditempatkan di luar ruangan, yakni pada posisi-posisi strategis yang paling memungkinkan untuk tersampainya pesan.

Baliho adalah salah satu media luar ruang yang sangat mudah ditemui, di sudut kota, di jalanan besar, di sudut lapangan hijau atau di tempat keramaian. Baliho merupakan salah satu media luar ruang yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Baliho telah memenuhi penjuru setiap kota. Baliho saling tumpah tindih dan saling mengalahkan. Yang besar dapat menutupi yang kecil dan yang baru menyingkirkan yang lama. Pemilihan Presiden (pilpres) berlangsung 5 tahun sekali. Pilpres yang baru saja terjadi ditanah air, berlangsung dengan baik dan lancar. Seluruh masyarakat diberikan hak dalam menentukan pilihannya sesuai dengan hati nuraninya. Berkaitan hal itu, berbagai wajah kandidat berlomba-lomba memunculkan dirinya melalui baliho dengan tujuan dan maksud tertentu.

Joko Widodo dan Jusuf Kalla merupakan salah satu sosok yang mengkonstruksikan karirnya dalam dunia politik melalui baliho. Joko Widodo mencalonkan diri menjadi Presiden Republik Indonesia berpasangan dengan Jusuf Kalla. Dengan tagline “Jokowi-Jk adalah kita” dan “Pemimpin Rakyat lahir dari Rakyat” mengusung tagline pilihan rakyat ini kemudian sukses menghantarkan pasangan ini meraih tahta tertinggi sebagai Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2014-2019.

Beragam persepsi dan interpretasi terhadap pesan politik kampanye pasangan Jokowi-Jk melalui baliho yang bermunculan inilah menjadi dasar peneliti untuk mengkaji lebih jauh mengenai “pemaknaan tanda dan interpretasi pesan politik yang terdapat pada media luar ruang baliho kandidat pasangan Jokowi-Jk.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode Penelitian pada penelitian ini merupakan metode kualitatif dengan jenis penelitian bersifat deskriptif. Menurut Basrowi Sadikin penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya Sadikin dalam Wibowo (2013: 163). Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu obyek tertentu dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki. berfokus pada penemuan, penggambaran dan penjelasan mengenai tanda-tanda, lambang-lambang dan simbol-simbol yang terdapat dalam media kampanye baliho Jokowi-Jk dengan menggunakan analisis semiotika.

2.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar yang berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, yakni bulan Maret hingga Mei 2015.

2.3. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer atau data yang diperoleh secara langsung dari tim pemenang Jokowi-Jk dan data sekunder atau data yang diperoleh melalui kajian pustaka.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sendiri. Peneliti pada penelitian kualitatif bekerja sebagai perencana, pelaksana pengumpul data melalui observasi kemudian melalui wawancara coder untuk triangulasi dan dokumentasi sehingga pada akhirnya peneliti menjadi pelapor hasil penelitiannya.

2.5. Informan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada informan dengan menggunakan teknik Purposive Sampling dengan memilih informan yang ahli kampanye pada komunikasi politik untuk melihat isi pesan yang terkandung dalam baliho tersebut.

2.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika sebagai alat analisis terhadap subjek penelitian yaitu untuk mengkaji lebih dalam tentang makna pesan pada baliho. Semiotika adalah ilmu tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya, Kriyantono (2012:265). Dalam penelitian ini, menggunakan kajian semiotika analisis yang dikemukakan oleh Peirce dalam Bungin (2007:177) dalam semiotika berobjekan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu. Objek dalam hal ini adalah media baliho Pilpres dan Wapilpres Jokowi-Jk. Metodologi penelitian yang digunakan dalam analisis semiotika adalah interpretatif.

2.7. Validitas Data

Validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi pada dasarnya adalah fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Triangulasi adalah menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia, Krisyantono (2012:72). Tujuan dari triangulasi ialah sebagai usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

3. HASIL PENELITIAN

3.1. Pemetaan tanda yang terkandung pada media baliho Pilpres dan Wapilpres Jokowi-Jk 2014 di Kota Makassar

Jokowi-Jk menggunakan salah satu media ruang luar yaitu baliho sebagai salah satu media komunikasi yang bertujuan untuk menarik perhatian banyak kalangan masyarakat. Pemetaan pada baliho pertama terdapat dua ikon, enam indeks dan tiga simbol, sedangkan pada baliho kedua terdapat dua ikon, enam indeks dan tiga simbol, baliho ketiga terdapat dua ikon, tujuh indeks dan tiga simbol, baliho keempat terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol, baliho kelima terdapat terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol, pada baliho keenam terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol, dan terakhir pada baliho ketujuh terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol. Dari ketujuh baliho tersebut seluruhnya menggunakan ikon yang sama, yaitu Gambar Jokowi-Jk sama dengan tanda Calon Presiden dan gambar Jk sama dengan tanda Calon Wakil Presiden. Kemudian untuk tanda-tanda tipe indeks juga menggunakan indeks yang sama pada ketujuh baliho tersebut, yaitu tanda latar belakang dengan objek mengacu pada latar belakang bendera merah putih yang sedang berkibar yang memiliki

makna merah bermakna berani dan putih bermakna suci adalah bendera bangsa Indonesia, Gambar Jokowi-Jk dengan objek Jokowi-Jk yang memiliki makna kedua kandidat pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang amanah, pakaian Jokowi-Jk dengan objek Jokowi berwarna merah kotak-kotak dan Jk warna putih yakni perpaduan baju kotak-kotak dan kemeja putih menandakan kedua pemimpin tersebut sederhana dan apa adanya, pandangan Jokowi-Jk dengan objek suatu arah pandangan dengan bidang yang lebih luas mengarah kepada pengawasan dan wilayah yang lebih luas yakni bidang pandangan atau wilayah kekuasaan pemimpin Negara sangatlah luas. Dalam pemerintahan presiden dan wakil presiden sebagai pemimpin dan seluruh rakyat Indonesia ada dalam pengawasannya dan dikuasai olehnya. Kemudian tanda tipe indeks ekspresi Jokowi-Jk dengan objek menyambut atau salam, interpretasinya adalah penyambutan salam dengan damai kepada seluruh rakyat Indonesia. Tanda tipe indeks yang terakhir adalah kacamata Jk yang melambangkan cerdas dan lebih berpengalaman.

3.2. Interpretasi pesan politik yang terkandung pada media baliho Pilpres dan Wapilpres Jokowi-Jk 2014 di Kota Makassar

Interpretasi pesan politik yang terkandung pada setiap baliho mempunyai interpretasi yang berbeda-beda. Pada baliho pertama terdapat visual tagline Jokowi-Jk adalah kita, yang merupakan objek terpenting dalam baliho ini bahkan di semua media promosi Jokowi-Jk pasti terdapat tagline ini. Tagline tersebut mudah dipahami, bahwa sebagaimana penggalan puisi “Rakyat adalah Kita”, maka tagline Jokowi-Jk adalah kita dengan sendirinya ingin mengatakan bahwa Jokowi-Jk adalah calon pemimpin yang lahir dari rakyat. Bukan dari kalangan elite politik. Jokowi-Jk adalah rakyat, subjek yang susah untuk didefinisikan, susah untuk di prediksi, tetapi nyata hadir di masyarakat dalam wujud kiprahnya. Pada baliho kedua terdapat tanda simbol representasi baru yang mendukung dan bertuliskan “Jelas Kemampuannya, Jelas Kerjanya” teks ini mempresentasikan Jokowi-Jk pemimpin transformasional dan melayani. Kemudian, interpretasi pesan politik pada baliho ketiga dimana terdapat tulisan “ pemimpin rakyat lahir dari rakyat” teks ini memperkuat representasi tagline Jokowi-Jk adalah kita (rakyat) karena Jokowi-Jk dipilih oleh rakyat Indonesia dan Jokowi-Jk berasal dari kalangan elite politik maupun petinggi partai. Ini menunjukkan bahwa adanya representasi pemimpin transformasioanal dan melayani sebagai bentuk positioning dalam semua susunan tanda pada baliho kampanye ini. Pada baliho keempat terdapat visual teks “Bukan Sakit Hati” bercermin pada banyaknya kampanye hitam yang kian marak beredar di publik, melalui beragam jenis media baik online maupun media cetak yang secara jelas menghujat pada kubu Jokowi-Jk. “Bergerak Lebih Cepat” teks ini terdapat pada baliho kelima ini menyimbolkan karakter seorang Jokowi-Jk. Pencalonan Jokowi-Jk ini tentulah bukan tanpa alasan dan pertimbangan yang matang. Kedua tokoh tersebut masing-masing telah diakui kiprahnya oleh rakyat Indonesia sehingga menghasilkan elektabilitas yang tinggi dalam berbagai survei yang dilaksanakan oleh berbagai kalangan. Terdapat teks pada baliho keenam “ Bhinneka Tunggal Ika” mengingatkan kita dengan kejadian-kejadian yang silam. Setelah provinsi Timor-Timor resmi memisahkan diri dan lalu menjadi Negara Timor leste pada masa-masa awal reformasi, sepertinya orang mulai sadar bahwa moto dan pekik bhinneka tunggal ika (berbeda-beda namun tetap satu juga) ternyata sudah mulai kehilangan kesaktiannya sehingga tidak lagi menjadi factor signifikan untuk mewujudkan integrasi bangsa, menyatukan pemikiran dan perasaan masyarakat. Dan yang terakhir pada baliho ke tujuh terdapat teks “koalisi Tanpa Syarat bukan bagi-bagi kursi” memiliki makna yang cukup luas, mengindikasikan bahwapada umumnya anggota koalisi Indonesia Hebat itu bersih, jujur dan adil tanpa adanya system balas budi.

4. PEMBAHASAN

Pada penelitian ini menjelaskan tentang pemaknaan ikon, indeks, simbol dan interpretasi pesan pada media media baliho kampanye Jokowi-Jk. Pada baliho Jokowi-Jk yang pertama sangat jelas memiliki sifat pesan informatif yang mengandung informasi, baik itu secara umum maupun secara khusus hal itu diperkuat dimana pada baliho tersebut menampilkan jargon Jokowi-Jk adalah kita yang memberikan informasi bahwa kedua kandidat tersebut berasal dari rakyat biasa. Dari hasil analisa tanda pada di atas ditemukan terdapat dua tanda-tanda yang bersifat ikon. Dari kelompok tanda ini di representasikan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi, yang tentunya menjadi harapan bagi semua rakyat Indonesia. Dimana Jokowi-Jk secara visualisasi mewakili sifat-sifat umum yang dimiliki konsep pemimpin tersebut. Pada indeks ditemukan enam tanda. Representasi pemimpin transformasional dan melayani, dalam kelompok tanda ini banyak berhubungan dengan figur Jokowi-Jk yang di representasikan figur Jokowi-Jk masih merupakan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi. Pada simbol ditemukan tiga buah tanda. Tanda-tanda tipe ini interpretant tidak hanya mengarah kepada sifat-sifat pemimpin transformasional dan melayani saja, tetapi juga kepada keunggulan dan kelebihan Jokowi-Jk yang terdapat pada baliho kampanye tersebut.

Pada baliho Jokowi-Jk yang kedua mengandung sifat pesan persuasif yang dimana selain berisi informasi, juga memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan tingkah laku khalayak. Hal itu diperkuat dimana baliho tersebut menuliskan jargon Jokowi-Jk jelas kemampuannya jelas juga kerjanya, yang memberikan informasi bahwa kedua kandidat tersebut memiliki kapabilitas dan integritas yang tinggi. Dari hasil analisa tanda pada di atas ditemukan terdapat dua tanda-tanda yang bersifat ikon. Dari kelompok tanda ini di representasikan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi, yang tentunya menjadi harapan bagi semua rakyat Indonesia. Dimana Jokowi-Jk secara visualisasi mewakili sifat-sifat umum yang dimiliki konsep pemimpin tersebut. Pada indeks ditemukan enam tanda. Representasi pemimpin transformasional dan melayani, dalam kelompok tanda ini banyak berhubungan dengan figur Jokowi-Jk yang di representasikan figur Jokowi-Jk masih merupakan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi. Pada simbol ditemukan tiga buah tanda. Tanda-tanda tipe ini interpretant tidak hanya mengarah kepada sifat-sifat pemimpin transformasional dan melayani saja, tetapi juga kepada keunggulan dan kelebihan Jokowi-Jk yang terdapat pada baliho kampanye tersebut. Pada media baliho Jokowi-Jk yang ketiga jelas memiliki sifat pesan propaganda yang diartikan proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku baik perseorangan maupun sekelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi. Hal itu diperkuat dengan tulisan pemimpin rakyat lahir dari rakyat yang secara konotasi mengandung unsur propaganda di dalamnya. Dari hasil analisa tanda pada di atas ditemukan terdapat dua tanda-tanda yang bersifat ikon. Dari kelompok tanda ini di representasikan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi, yang tentunya menjadi harapan bagi semua rakyat Indonesia. Dimana Jokowi-Jk secara visualisasi mewakili sifat-sifat umum yang dimiliki konsep pemimpin tersebut. Pada indeks ditemukan tujuh tanda. Representasi pemimpin transformasional dan melayani, dalam kelompok tanda ini banyak berhubungan dengan figur Jokowi-Jk yang di representasikan figur Jokowi-Jk masih merupakan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi. Pada simbol ditemukan tiga buah tanda. Tanda-tanda tipe ini interpretant tidak hanya mengarah kepada sifat-sifat pemimpin transformasional dan melayani saja, tetapi juga kepada keunggulan dan kelebihan Jokowi-Jk yang terdapat pada baliho kampanye tersebut. Pada media baliho Jokowi-Jk yang keempat jelas memiliki

sifat pesan propaganda yang diartikan proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku baik perseorangan maupun sekelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi. Hal itu di perkuat dengan tulisan kita sama kata sama perbuatan bukan sakit hati yang secara konotasi mengandung unsur propaganda didalamnya. Dari hasil analisa tanda pada di atas ditemukan terdapat dua tanda-tanda yang bersifat ikon. Dari kelompok tanda ini di representasikan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi, yang tentunya menjadi harapan bagi semua rakyat Indonesia. Dimana Jokowi-Jk secara visualisasi mewakili sifat-sifat umum yang dimiliki konsep pemimpin tersebut. Pada indeks ditemukan enam tanda. Representasi pemimpin transformasional dan melayani, dalam kelompok tanda ini banyak berhubungan dengan figur Jokowi-Jk yang di representasikan figur Jokowi-Jk masih merupakan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi. Pada simbol ditemukan dua buah tanda. Tanda-tanda tipe ini interpretant tidak hanya mengarah kepada sifat-sifat pemimpin transformasional dan melayani saja, tetapi juga kepada keunggulan dan kelebihan Jokowi-Jk yang terdapat pada baliho kampanye tersebut. Pada media baliho Jokowi-Jk yang kelima jelas memiliki sifat pesan propaganda yang artinya proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku baik perseorangan maupun sekelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi. Hal itu di perkuat dengan tulisan kita bergerak lebih cepat bukan tunggu perintah yang secara konotasi mengandung unsur propaganda di dalamnya. Dari hasil analisa tanda pada di atas ditemukan terdapat dua tanda-tanda yang bersifat ikon. Dari kelompok tanda ini di representasikan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi, yang tentunya menjadi harapan bagi semua rakyat Indonesia. Dimana Jokowi-Jk secara visualisasi mewakili sifat-sifat umum yang dimiliki konsep pemimpin tersebut. Pada indeks ditemukan enam tanda. Representasi pemimpin transformasional dan melayani, dalam kelompok tanda ini banyak berhubungan dengan figur Jokowi-Jk yang di representasikan figur Jokowi-Jk masih merupakan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi. Pada simbol ditemukan dua buah tanda. Tanda-tanda tipe ini interpretant tidak hanya mengarah kepada sifat-sifat pemimpin transformasional dan melayani saja, tetapi juga kepada keunggulan dan kelebihan Jokowi-Jk yang terdapat pada baliho kampanye tersebut. Pada media baliho Jokowi-Jk yang keenam jelas memiliki sifat pesan propaganda yang diartikan proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku baik perseorangan maupun sekelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi. Hal itu di perkuat dengan tulisan kita bhineka tunggal ika yang secara konotasi mengandung unsur propaganda di dalamnya. Dari hasil analisa tanda pada di atas ditemukan terdapat dua tanda-tanda yang bersifat ikon. Dari kelompok tanda ini di representasikan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi, yang tentunya menjadi harapan bagi semua rakyat Indonesia. Dimana Jokowi-Jk secara visualisasi mewakili sifat-sifat umum yang dimiliki konsep pemimpin tersebut. Pada indeks ditemukan enam tanda. Representasi pemimpin transformasional dan melayani, dalam kelompok tanda ini banyak berhubungan dengan figur Jokowi-Jk yang di representasikan figur Jokowi-Jk masih merupakan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi. Pada simbol ditemukan dua buah tanda. Tanda-tanda tipe ini interpretant tidak hanya mengarah kepada sifat-sifat pemimpin transformasional dan melayani saja, tetapi juga kepada keunggulan dan kelebihan Jokowi-Jk yang terdapat pada baliho kampanye tersebut. Pada media baliho Jokowi-Jk yang ketujuh jelas memiliki sifat pesan propaganda yang diartikan proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku baik perseorangan maupun sekelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi. Hal itu di perkuat dengan tulisan kita koalisi tanpa syarat bukan bagi-bagi kursi yang secara konotasi mengandung unsur propaganda di dalamnya. Dari hasil analisa tanda pada di atas ditemukan terdapat dua tanda-tanda yang bersifat ikon. Dari kelompok tanda ini di representasikan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas,

kapabilitas dan reputasi yang tinggi, yang tentunya menjadi harapan bagi semua rakyat Indonesia. Dimana Jokowi-Jk secara visualisasi mewakili sifat-sifat umum yang dimiliki konsep pemimpin tersebut. Pada indeks ditemukan enam tanda. Representasi pemimpin transformasional dan melayani, dalam kelompok tanda ini banyak berhubungan dengan figur Jokowi-Jk yang di representasikan figur Jokowi-Jk masih merupakan sebagai pemimpin transformasional dan melayani. yang memiliki integritas, kapabilitas dan reputasi yang tinggi. Pada simbol ditemukan dua buah tanda. Tanda-tanda tipe ini interpretant tidak hanya mengarah kepada sifat-sifat pemimpin transformasional dan melayani saja, tetapi juga kepada keunggulan dan kelebihan Jokowi-Jk yang terdapat pada baliho kampanye tersebut.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pembahasan yang telah penulis jelaskan mengenai interpretasi pesan kampanye politik pada media baliho Pilpres dan Wapilpres 2014 pertama adalah Pemetaan. Pada baliho pertama terdapat dua ikon, enam indeks dan tiga simbol, sedangkan pada baliho kedua terdapat dua ikon, enam indeks dan tiga simbol, baliho ketiga terdapat dua ikon, tujuh indeks dan tiga simbol, baliho keempat terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol, baliho kelima terdapat terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol, pada baliho keenam terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol, dan terakhir pada baliho ketujuh terdapat dua ikon, enam indeks dan dua simbol. Dan pada representasi pesan kampanye politik pada media baliho Pilpres dan Wapilpres 2014 adalah Jokowi-Jk merupakan pemimpin transformasional dan melayani dengan memiliki beberapa karakter diantaranya seperti merakyat, amanah, sederhana, bijaksana, jujur dan bertanggung jawab. Adapun jenis pesan yang digunakan pada media baliho kampanye Jokowi-jk ini pada umumnya menggunakan jenis pesan yakni pesan yang bersifat propaganda.

REFERENSI

- Balai Pustaka. (1989). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka
- Budiman, K. (1999). Kosa Semiotika. Yogyakarta: LKiS
- Bungin, Burhan (2009). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana
- Cangara, H. 2014. Komunikasi Politik. Edisi Revisi. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta
- _____. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi Kedua. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta
- Eco, U. 2009. Teori Semiotika. Kreasi Wacana: Yogyakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. Kamus Komunikasi. PT Mandar Maju: Bandung
- Fiske, John. 1994. Introduction to Communication Studies. Routledge: London
- Griffin E.M. 2003. A First Look Communication Theory. Mcgrawhill: New York
- Kriyantono, R.(2006). Teknik Praktek Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kompasiana. 2014. Presiden Jokowi Harapan Baru Indonesia. PT Elex Media Komputindo: Jakarta
- Littlejohn, S.W. 2005. Theories of Human Communication. Wadsworth: California
- _____. (Edisi 9) 2008. Teori Komunikasi. Terjemahan oleh Mohammad Yusuf Hamdan. 2009. Salemba Humanika: Jakarta

- Mulyana, B. 2002. Ilmu Komunikasi suatu pengantar. PT Remaja Rosakarya: Bandung
- Nugroho, B & Setia, M.Y.P. 2014. Jokowi People Power. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Noth, W. 1995. Handbook of Semiotics. Indiana University Press: Bloomington
- Noth, W. 2006. SEMIOTIKA. Airlangga University Press: Surabaya
- Peirce, Charles Sanders, 1931-58. Collected Papers. Vols.1-6 ed. Hartshorne, Charles, and Weiss, Paul; vols.7-8 ed. Burks, Arthur W. Harvard Univ. Press: Cambridge
- _____. 1977b. Semiotic and signifiacs: The Correspondence between Charles Sanders Peirce and Victoria Ledy Welby, ed. Indiana Univ. Press: Hardwick, C.S. Bloomington
- Pilang, Y. A. (Edisi 4). 2012. Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Gaya. Matahari: Bandung
- Rustan, S. 2011. Font & Tipografi. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Rusmana, D. 2014. Filsafat Semiotika. CV Pustaka Setia: Bandung
- Sanyoto, E.S. 2010. Nirmana. Edisi Kedua. Jalasutra: Yogyakarta
- Santoso, R. 2003. Semiotika Sosial: Pandangan terhadap Bahasa. Eureka & JP Press: Surabaya
- Severin, W.J dan Tankard, J.W.Jr. 2014. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terapan di dalam Media Massa. Edisi Kelima. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta
- Simarmata, S. 2014. Media dan Politik. Sikap Pers terhadap Pemerintahan Koalisi di Indonesia. Yayasan Pustaka Obor Indonesia: Jakarta
- Sobur, A. 2001/2002. Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- _____. 2013. Semiotika Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya: Bandung
- Tinarbuko, S. 2009. Semiotika Komunikasi Visual. Edisi Revisi. Jalasutra: Yogyakarta
- Umbas, M. 2014. Solusi Jokowi 1. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Wibowo, I.S.W. 2013. Semiotika Komunikasi. Edisi kedua. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Grasindo: Jakarta
- Wikipedia, 2015
- Wulandari, R. 2014. Media Darling Ala Jokowi. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Yuda, H.AR & Poltracking, Tim. 2014. Jejak Para PEMIMPIN. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta