

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah serta hasil penelitian yang ditemukan melalui metode semiotika Roland Barthes, maka dapat disimpulkan bahwa makna dari keseluruhan data yang diperoleh adalah penggunaan desain dengan tema gemoy baik dari segi tulisan maupun gambar ilustrasi Prabowo dan Gibran. Desain dengan tema gemoy adalah salah satu strategi dari tim sukses Prabowo & Gibran dengan bertujuan untuk memberikan kesan bahwa pembawaan dari kandidat pasangan calon presiden tersebut dipandang sebagai pihak yang santai namun tetap menjunjung tinggi visi dan misi. Pemilihan tema tersebut diharapkan oleh tim sukses agar mampu menarik perhatian masyarakat.

Selain itu juga terdapat penggunaan teks yang berisikan iming-iming kepada masyarakat agar memilih pasangan calon presiden dari baliho tersebut. Teks tersebut yaitu teks “Pupuk & Benih Gratis Bagi Petani”, dan “Makan siang & Susu Gratis”. Kedua teks tersebut memiliki tujuan untuk menjanjikan pupuk dan makan gratis kepada masyarakat. Penggunaan dua teks yang berisi iming-iming tentang pupuk gratis dan makan siang gratis memberikan kesan bahwa janji-janji tersebut akan dilaksanakan setelah mereka terpilih sebagai pasangan presiden.

Adapula makna pesan propaganda politik dari baliho tersebut yaitu penggunaan desain yang bertema gemoy yang dinilai memberikan dampak untuk mencuri minat masyarakat untuk memilihnya. Selain itu juga terdapat teks berupa iming-iming pupuk gratis dan makan siang gratis yang merupakan strategi khusus dari tim sukses agar meraup suara sebanyak mungkin pada pemilihan calon presiden tahun 2024.

B. Saran

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti memperdalam analisis semiotika dengan lebih mendalam mengkaji setiap elemen visual pada baliho kampanye. Ini mencakup gambar, warna, pose, ekspresi wajah, dan penempatan elemen-elemen tersebut. Peneliti juga bisa menambahkan wawasan dari studi semiotika lainnya untuk memperkuat interpretasi. Selain itu, memperkaya konteks sosial dan politik yang melatarbelakangi penggunaan baliho kampanye akan memberikan pemahaman lebih komprehensif tentang alasan di balik pilihan desain dan pesan kampanye. Menyelidiki tren politik, preferensi pemilih, dan situasi sosial pada saat kampanye dapat memberikan latar belakang yang lebih kaya.

Peneliti selanjutnya juga dapat membandingkan strategi baliho dari berbagai pasangan calon presiden atau dari pemilu sebelumnya untuk mengungkapkan perbedaan dan persamaan dalam penggunaan elemen visual dan pesan politik, serta dampaknya terhadap pemilih. Menggunakan data

empiris, seperti survei atau wawancara, untuk mengukur respon masyarakat terhadap baliho kampanye dapat memberikan bukti konkret tentang efektivitas strategi ini. Menambahkan analisis dari perspektif pengamat politik atau tokoh masyarakat juga bisa memberikan pandangan yang lebih kaya. Akhirnya, penting untuk mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari temuan penelitian terhadap praktek kampanye politik di Indonesia, menilai bagaimana strategi visual dapat mempengaruhi tren kampanye di masa depan dan berkontribusi pada dinamika politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Taufik. *BUDAYA POLITIK MASYARAKAT MATARAMAN DI KOTA KEDIRI*. IAIN Kediri <http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/854>, 2022.
- Aldy Muhamad Ashari. “Tinjauan Visual Poster Promosi Film Trilogi Batman Karya Christopher Nolan Melalui Semiologi Ferdinand De Saussure,” 2021, 10–24.
- ANTVKLIK, Tim. “Pengalaman Politik Prabowo Dinilai Sudah Matang Sejak Malang-Melintang Di Kontestasi Pilpres.” *ANTVklik.Com*, 2024. <https://www.antvklik.com/berita/606251-pengalaman-politik-prabowo-dinilai-sudah-matang-sejak-malang-melintang-di-kontestasi-pilpres>.
- Barata, Mariam Fatima, and Melvin Bonardo Simanjuntak. “STRATEGI PUBLISITAS & PROPAGANDA POLITIK (Studi Pada Kandidat Presiden & Wakil Presiden, Jokowi-KH. Ma’ruf Amin).” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 23, no. 2 (2019): 135. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.2061>.
- Barthes, Roland. *The Semiotic Challenge*. New York: Hill and Wang, 1988.
- Darmawan, Ferry. “Modalitas Visual Komunikasi Politik Iklan Pilkada Kota Bandung 2018.” *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2018): 56–65. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3155>.
- Djuwita, Amalia. *Fenomena Pendapat Masyarakat Seputar Pilpres 2019. Komunikasi Politik Indonesia*, 2019.
- Fadeli, Muhammad, Tira Fitria Wardhani, and Andri Setiawan. “Semiotics of Political Campaign Through Advertising Boards.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi* 6, no. 1 (2022): 14–30. <https://doi.org/10.56873/jimik.v6i1.176>.
- Fadilah, Yati, Petrick Stiven, Lili Hasanah, Muhammad Gilang Pratama, Jurnal Ilmu, Komunikasi Dan, and Sosial Politik. “Persepsi Mahasiswa Ilmu Politik

- Terhadap Baliho Calon Legislatif” 01, no. 02 (2023): 262–65.
- Fitriyani, Amalia. “Analisis Wacana Kritis Pencitraan Susilo Bambang Yudhoyono Sebagai Politikus Dalam Buku Pak Beye Dan Politiknya Terbitan PT . Kompas Media Nusantara,” 2011, 1–187.
- Ginting, Lisa Septia Dewi, and Rosmilan Pulungan. “Makna Warna Dalam Uis Karo.” *Prosiding Seminar Nasional & Expo II Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2019, 1123–27. <https://e-prosiding.umnaw.ac.id/index.php/penelitian/article/view/329/328>.
- Haq, Izharul. “Seni Film Sebagai Sarana Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur’an (Analisis Film 5 PM Dengan Teori Semiotika Roland Barthes).” *Tesis*, 2023, 1–196.
- Hardiyanto, Fahrudin Eko, and Universitas Pekalongan. “Ragam Iklan Politik Pilkada Jawa Tengah 2015 Dalam Kajian Retorika Profetik” 51 (2018): 51–62.
- Hartono, Dudi, and Asep Sugalih. “Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay’S Di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce).” *Jurnal Perspektif Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 39–49. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/4713/3279>.
- Henriwinata. “Pakaian Formal: Definisi, Perbedaan, Tips, Dan Inspirasi Gaya.” <https://henriwinata.com>, n.d. <https://henriwinata.com/pakaian-formal-definisi-perbedaan-tips-dan-inspirasi-gaya/>.
- Hermanto, Joni, Annisa Purwatiningsih, and Muhamad Rifa’i. “Pengaruh Isu, Figur, Rekam Jejak, Dan Partai Politik Dalam Partisipasi Pemilih Dalam Pemilih Presiden.” *Reformasi* 10 (2020): 27–33.
- Ilmu, Prodi, Komunikasi Fisip, and Universitas Malikussaleh. “Diambil Dari Berbagai Sumber Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Fisip Unimal 1,” 2011, 2010–

12.

Izmi, Nadiatul. "BENDERA MERAH PUTIH SEBAGAI IDENTITAS BANGSA INDONESIA." *Program Studi Pendidikan IPS FKIP Universitas Lambung Mangkura*, n.d.

KBBI. "Baliho." Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/baliho>.

———. "Propaganda." Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d.
<https://kbbi.web.id/propaganda>.

Kurniawan, Wahyu Joni, and Rometdo Muzawi. "Perancangan Sistem Periklanan Dengan Teknologi Augmented Reality Dan Metode Location Based Service." *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science* 3, no. 2 (2020): 167–73. <https://doi.org/10.31539/intecom.s.v3i2.1583>.

Kustiawan, Winda, Alfin Qodri Hafiz, Khalid Rasyidin, Putri Amelia, and Sehta Jupiter. "Propoganda Dalam Komunikasi Politik Melalui Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 01 (2022): 1754–61.

Kustiawan, Winda, Kana Rizky Ramadhani, Soniari Valentina Damanik, and Azri Muharramsyah. "Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 8 (2022): 1371–80.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.178>.

Kusuma, Putu Krisdiana Nara, and Iis Kurnia Nurhayati. "Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Ritual Otonan Di Bali." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 1, no. 2 (2019): 195. <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i2.10519>.

Lanin, Ivan. "Penekanan Dengan Huruf Miring Dan Huruf Tebal." Ivan Lanin - Medium, 2023. <https://ivanlanin.medium.com/penekanan-dengan-huruf-miring->

dan-huruf-tebal-c18a9ada068f.

Libna, Chalissa, Azzahra Wina, Puspita Sari, Asep Soegiarto, Jl Rawamangun Muka, R T Rw, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, and Daerah Khusus. “Efektivitas Baliho Dalam Meningkatkan Citra ‘ Idris Sandiya ’ Sebagai Calon Legislatif DPR RI Dapil Jabar VI” 6 (2024): 73–85.

Monica, Monica, and Laura Christina Luzar. “Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan.” *Humaniora* 2, no. 2 (2011): 1084.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>.

Mudjiono, Yoyon. “Kajian Semiotika Dalam Film.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2011): 125–38. <https://doi.org/10.15642/jik.2011.1.1.125-138>.

Munthe, Moeryanto Ginting. “Propaganda Dan Ilmu Komunikasi,” 2012, 39–50.

Ni Luh Putu Trisdiyani, I Putu Gede Padma Sumardiana. “FUNGSI GAMBAR KARTUN DALAM KEHIDUPAN MANUSIA.” *WIDYANATYA* 4 (2016): 1–23.

Nuriarta, I Wayan. “Kajian Semiotika Kartun Majalah Tempo Tahun 2019.” *Prabangkara : Jurnal Seni Rupa Dan Desain* 23, no. 1 (2019): 11–15.
<https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/prabangkara/article/view/736>.

NURRAHMAN, Arief Budi and WIDIYANTO, Ibnu. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS IKLAN.” *E-Journal UNDIP*, 2009.

Panuju. “Realitas Media Massa : Komunikasi Politik Dan Opini Publik.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2002, 600. [https://repository.unpas.ac.id/40313/2/Retorika Vol 4n No 1%2C Maret 2010 Hal 596-603.pdf](https://repository.unpas.ac.id/40313/2/Retorika%20Vol%204n%20No%201%20Maret%202010%20Hal%20596-603.pdf).

Pranata, Dwi Chandra. “Komunikasi Persuasif Prof. Dr. Imam Suprayoga.” *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 2016, 1–141.

- Priyadharmad, Andry, and Moel Iqbal Sultan. "Analisis Semiotika Pesan Kampanye Politik Pada Media Baliho Pilpres Dan Wapilpres Jokowi-Jk 2014 Di Kota Makassar." *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (2019): 23–31.
<http://journal-old.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/8886>.
- Purnama, Yolla Sri. "Kajian Tata Letak Reklame Terhadap Estetika," 2019.
- Purnengsih, Iis. "Makna Dan Pesan Dalam Baliho Pemilu Legislatif 2014." *Jurnal Desain* 4, no. 03 (2017): 237. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v4i03.1604>.
- Purnomo, Maslathif Dwi. *Dalam Dimensi Sosial*, n.d.
- Pusitaningtyas, Anis. "Pengaruh Komunikasi Orang Tua Dan Guru Terhadap Kreativitas Siswa." *Proceedings of The ICECRS* 1, no. 1 (2016): 935–42.
<https://doi.org/10.21070/picecrs.v1i1.632>.
- Rengga Andhita, Pundra. *Komunikasi Visual*. 1st ed. Banyumas: Zahira Media Publisher, 2021.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ico5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=komunikasi+visual&ots=325mz3JoEK&sig=7t7cyafcdDttI7_P2nIMqI4d7dA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.
- Salsabilla, Rindi. "Arti Kata 'Gemoy' Yang Sering Dikaitkan Dengan Prabowo." CNBC Indonesia, 2024.
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240109165545-33-504208/arti-kata-gemoy-yang-sering-dikaitkan-dengan-prabowo>.
- Santoso, Gunawan, Aim Abdul Karim, Bunyamin Maftuh, Sapriya Sapriya, and Ma'mun Murod. "Kajian Identitas Nasional Melalui Misi Bendera Merah Putih Dan Bahasa Indonesia Abad 21." *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)* 02, no. 01 (2023): 284–96.
- Santoso, Gunawan, Haevina Aulia Rizqy, Hilwa Hidayah Assaadih, Rizka Amalia

Bintang, and Rizka Aulia. “Peran Bendera Merah Putih Dan Bahasa Indonesia Sebagai Kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia.” *Jurnal Pendidikan Transformatif* 01, no. 03 (2022): 183–94.

Setiawan, Asep. *Komunikasi Politik*, 2018.

Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Edited by Slamet. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.

———. *Semiotika Komunikasi*. Cetakan ke. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013.

Sukirno, Zakaria Lantang. “Etika Komunikasi Visual Influencer Pariwisata.” *Journal of Tourism and Creativity* 4, no. 2 (2020): 127.
<https://doi.org/10.19184/jtc.v4i2.15713>.

Sutanto, M Himawan. “Propaganda Politik Calon Presiden Republik Indonesia 2014 - 2019 (Analisis Isi Berita Kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2014 Pada Harian KOMPAS Edisi 4 Juni Sampai 5 Juli 2014).” *Maret* 2019 (2014): 2014–19. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/2391>.

Taufani, Muhammad Reza Ilham. “Ini Gambaran Kekuatan Partai Koalisi, Ampuh Menangkan Pilpres 2024?” CNBC Indonesia, 2024.
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240108133858-128-503765/ini-gambaran-kekuatan-partai-koalisi-ampuh-menangkan-pilpres-2024>.

Wijaya, Arfianti, and Serafica Gischa. “Komunikasi Visual: Pengertian Dan Sudut Pandang.” In *Kompas.Com*, 2023.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/13/020000169/komunikasi-visual-pengertian-dan-sudut-pandang?page=all#>.

Wikipedia. “Gibran Rakabuming Raka.” In *Wikipedia*, 2024.
https://id.wikipedia.org/wiki/Gibran_Rakabuming_Raka#:~:text=K. P. H.

Gibran Rakabuming Raka%2C B,ke-7%2C Joko Widodo.

———. “Gibran Rakabuming Raka.” In *Wikipedia Indonesia*. wikipedia.org, 2024.

https://id.wikipedia.org/wiki/Gibran_Rakabuming_Raka.

———. “Huruf Kapital Semua.” In *Wikipedia*, n.d.

https://id.wikipedia.org/wiki/Huruf_kapital_semua#:~:text=Dalam tipografi%2C huruf kapital semua,judul berita di surat kabar.

———. “Prabowo Subianto.” In *Wikipedia Indonesia*. wikipedia.org, 2024.

https://id.wikipedia.org/wiki/Prabowo_Subianto.

Wirawan, I Gusti Ngurah, and I Wayan Nuriarta. “Elemen Desain Komunikasi Visual

Dalam Merchandise Iklan Politik Pasangan Dharmanegara Pada Pilkada Kota

Denpasar 2014.” *Segara Widya : Jurnal Penelitian Seni* 6, no. 1 (2018): 16–27.

<https://doi.org/10.31091/sw.v6i1.356>.

Wirianto, Ricky, and Lasmary RM Girsang. “Representasi Rasisme Pada Film ‘12

Years a Slave’ (Analisis Semiotika Roland Barthes).” *Semiotika Jurnal*

Komunikasi 10, no. 1 (2016): 180–206.

Zakiyuddin Ahmad. “Teknik Teknik Propaganda Politik Jalaludin Rakhmat (Studi

Kasus Pada Kampanye Pemilu 2014 Di Kabupaten Bandung Dan Kabupaten

Bandung Barat).” *Jurnal Academia Praja* 1, no. 1 (2018): 39–58.

Zharandont, and Patrycia. “Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis

Manusia.” *Humaniora Binus* 2, no. Terminologi warna (2015): 1086.

<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3158>.

Alamin, Taufik. *BUDAYA POLITIK MASYARAKAT MATARAMAN DI KOTA*

KEDIRI. IAIN Kediri <http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/854>, 2022.

Aldy Muhamad Ashari. “Tinjauan Visual Poster Promosi Film Trilogi Batman Karya

Christopher Nolan Melalui Semiologi Ferdinand De Saussure,” 2021, 10–24.

ANTVKLIK, Tim. “Pengalaman Politik Prabowo Dinilai Sudah Matang Sejak

Malang-Melintang Di Kontestasi Pilpres.” *ANTVklik.Com*, 2024.

<https://www.antvklik.com/berita/606251-pengalaman-politik-prabowo-dinilai-sudah-matang-sejak-malang-melintang-di-kontestasi-pilpres>.

Barata, Mariam Fatima, and Melvin Bonardo Simanjuntak. “STRATEGI

PUBLISITAS & PROPAGANDA POLITIK (Studi Pada Kandidat Presiden & Wakil Presiden, Jokowi-KH. Ma’ruf Amin).” *Jurnal Studi Komunikasi Dan*

Media 23, no. 2 (2019): 135. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.2061>.

Barthes, Roland. *The Semiotic Challenge*. New York: Hill and Wang, 1988.

Darmawan, Ferry. “Modalitas Visual Komunikasi Politik Iklan Pilkada Kota

Bandung 2018.” *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2018): 56–65.

<https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3155>.

Djuwita, Amalia. *Fenomena Pendapat Masyarakat Seputar Pilpres 2019*.

Komunikasi Politik Indonesia, 2019.

Fadeli, Muhammad, Tira Fitria Wardhani, and Andri Setiawan. “Semiotics of

Political Campaign Through Advertising Boards.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi* 6, no. 1 (2022): 14–30.

<https://doi.org/10.56873/jimik.v6i1.176>.

Fadilah, Yati, Petrick Stiven, Lili Hasanah, Muhammad Gilang Pratama, Jurnal Ilmu, Komunikasi Dan, and Sosial Politik. “Persepsi Mahasiswa Ilmu Politik Terhadap Baliho Calon Legislatif” 01, no. 02 (2023): 262–65.

Fitriyani, Amalia. “Analisis Wacana Kritis Pencitraan Susilo Bambang Yudhoyono Sebagai Politikus Dalam Buku Pak Beye Dan Politiknya Terbitan PT . Kompas Media Nusantara,” 2011, 1–187.

Ginting, Lisa Septia Dewi, and Rosmilan Pulungan. “Makna Warna Dalam Uis Karo.” *Prosiding Seminar Nasional & Expo II Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2019, 1123–27. <https://e-prosiding.um naw.ac.id/index.php/penelitian/article/view/329/328>.

Haq, Izharul. “Seni Film Sebagai Sarana Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur’an (Analisis Film 5 PM Dengan Teori Semiotika Roland Barthes).” *Tesis*, 2023, 1–196.

Hardiyanto, Fahrudin Eko, and Universitas Pekalongan. “Ragam Iklan Politik Pilkada Jawa Tengah 2015 Dalam Kajian Retorika Profetik” 51 (2018): 51–62.

Hartono, Dudi, and Asep Sugalih. “Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay’S Di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce).” *Jurnal Perspektif Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 39–49. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/4713/3279>.

Henriwinata. “Pakaian Formal: Definisi, Perbedaan, Tips, Dan Inspirasi Gaya.”

<https://henriwinata.com>, n.d. <https://henriwinata.com/pakaian-formal-definisi-perbedaan-tips-dan-inspirasi-gaya/>.

Hermanto, Joni, Annisa Purwatiningsih, and Muhamad Rifa'i. "Pengaruh Isu, Figur, Rekam Jejak, Dan Partai Politik Dalam Partisipasi Pemilih Dalam Pemilihan Presiden." *Reformasi* 10 (2020): 27–33.

Ilmu, Prodi, Komunikasi Fisip, and Universitas Malikussaleh. "Diambil Dari Berbagai Sumber Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Fisip Unimal 1," 2011, 2010–12.

Izmi, Nadiatul. "BENDERA MERAH PUTIH SEBAGAI IDENTITAS BANGSA INDONESIA." *Program Studi Pendidikan IPS FKIP Universitas Lambung Mangkura*, n.d.

KBBI. "Baliho." Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/baliho>.

———. "Propaganda." Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d.

<https://kbbi.web.id/propaganda>.

Kurniawan, Wahyu Joni, and Rometdo Muzawi. "Perancangan Sistem Periklanan Dengan Teknologi Augmented Reality Dan Metode Location Based Service." *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science* 3, no. 2 (2020): 167–73. <https://doi.org/10.31539/intecom.v3i2.1583>.

- Kustiawan, Winda, Alfin Qodri Hafiz, Khalid Rasyidin, Putri Amelia, and Sehta Jupiter. "Propoganda Dalam Komunikasi Politik Melalui Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 01 (2022): 1754–61.
- Kustiawan, Winda, Kana Rizky Ramadhani, Soniari Valentina Damanik, and Azri Muharramsyah. "Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 8 (2022): 1371–80.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.178>.
- Kusuma, Putu Krisdiana Nara, and Iis Kurnia Nurhayati. "Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Ritual Otonan Di Bali." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 1, no. 2 (2019): 195. <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i2.10519>.
- Lanin, Ivan. "Penekanan Dengan Huruf Miring Dan Huruf Tebal." Ivan Lanin - Medium, 2023. <https://ivanlanin.medium.com/penekanan-dengan-huruf-miring-dan-huruf-tebal-c18a9ada068f>.
- Libna, Chalissa, Azzahra Wina, Puspita Sari, Asep Soegiarto, Jl Rawamangun Muka, R T Rw, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, and Daerah Khusus. "Efektivitas Baliho Dalam Meningkatkan Citra ' Idris Sandiya ' Sebagai Calon Legislatif DPR RI Dapil Jabar VI" 6 (2024): 73–85.
- Monica, Monica, and Laura Christina Luzar. "Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan." *Humaniora* 2, no. 2 (2011): 1084.

<https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>.

Mudjiono, Yoyon. “Kajian Semiotika Dalam Film.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2011): 125–38. <https://doi.org/10.15642/jik.2011.1.1.125-138>.

Munthe, Moeryanto Ginting. “Propaganda Dan Ilmu Komunikasi,” 2012, 39–50.

Ni Luh Putu Trisdiyani, I Putu Gede Padma Sumardiana. “FUNGSI GAMBAR KARTUN DALAM KEHIDUPAN MANUSIA.” *WIDYANATYA* 4 (2016): 1–23.

Nuriarta, I Wayan. “Kajian Semiotika Kartun Majalah Tempo Tahun 2019.” *Prabangkara : Jurnal Seni Rupa Dan Desain* 23, no. 1 (2019): 11–15. <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/prabangkara/article/view/736>.

NURRAHMAN, Arief Budi and WIDIYANTO, Ibnu. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS IKLAN.” *E-Journal UNDIP*, 2009.

Panuju. “Realitas Media Massa : Komunikasi Politik Dan Opini Publik.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2002, 600. [https://repository.unpas.ac.id/40313/2/Retorika Vol 4n No 1%2C Maret 2010 Hal 596-603.pdf](https://repository.unpas.ac.id/40313/2/Retorika%20Vol%204n%20No%201%20Maret%202010%20Hal%20596-603.pdf).

Pranata, Dwi Chandra. “Komunikasi Persuasif Prof. Dr. Imam Suprayoga.” *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 2016, 1–141.

Priyadharmad, Andry, and Moel Iqbal Sultan. “Analisis Semiotika Pesan Kampanye

Politik Pada Media Baliho Pilpres Dan Wapilpres Jokowi-Jk 2014 Di Kota Makassar.” *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (2019): 23–31.
<http://journal-old.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/8886>.

Purnama, Yolla Sri. “Kajian Tata Letak Reklame Terhadap Estetika,” 2019.

Purnengsih, Iis. “Makna Dan Pesan Dalam Baliho Pemilu Legislatif 2014.” *Jurnal Desain* 4, no. 03 (2017): 237. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v4i03.1604>.

Purnomo, Maslathif Dwi. *Dalam Dimensi Sosial*, n.d.

Pusitaningtyas, Anis. “Pengaruh Komunikasi Orang Tua Dan Guru Terhadap Kreativitas Siswa.” *Proceedings of The ICECRS* 1, no. 1 (2016): 935–42.
<https://doi.org/10.21070/picecrs.v1i1.632>.

Rengga Andhita, Pundra. *Komunikasi Visual*. 1st ed. Banyumas: Zahira Media Publisher, 2021.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ico5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=komunikasi+visual&ots=325mz3JoEK&sig=7t7cyafcdDttI7_P2nIMqI4d7dA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Salsabilla, Rindi. “Arti Kata ‘Gemoy’ Yang Sering Dikaitkan Dengan Prabowo.” CNBC Indonesia, 2024.
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240109165545-33-504208/arti-kata-gemoy-yang-sering-dikaitkan-dengan-prabowo>.

Santoso, Gunawan, Aim Abdul Karim, Bunyamin Maftuh, Sapriya Sapriya, and Ma'mun Murod. "Kajian Identitas Nasional Melalui Misi Bendera Merah Putih Dan Bahasa Indonesia Abad 21." *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)* 02, no. 01 (2023): 284–96.

Santoso, Gunawan, Haevina Aulia Rizqy, Hilwa Hidayah Assaadih, Rizka Amalia Bintang, and Rizka Aulia. "Peran Bendera Merah Putih Dan Bahasa Indonesia Sebagai Kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia." *Jurnal Pendidikan Transformatif* 01, no. 03 (2022): 183–94.

Setiawan, Asep. *Komunikasi Politik*, 2018.

Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Edited by Slamet. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.

———. *Semiotika Komunikasi*. Cetakan ke. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013.

Sukirno, Zakaria Lantang. "Etika Komunikasi Visual Influencer Pariwisata." *Journal of Tourism and Creativity* 4, no. 2 (2020): 127.
<https://doi.org/10.19184/jtc.v4i2.15713>.

Sutanto, M Himawan. "Propaganda Politik Calon Presiden Republik Indonesia 2014 - 2019 (Analisis Isi Berita Kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2014 Pada Harian KOMPAS Edisi 4 Juni Sampai 5 Juli 2014)." *Maret 2019* (2014): 2014–19. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/2391>.

Taufani, Muhammad Reza Ilham. “Ini Gambaran Kekuatan Partai Koalisi, Ampuh Menangkan Pilpres 2024?” CNBC Indonesia, 2024.

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240108133858-128-503765/ini-gambaran-kekuatan-partai-koalisi-ampuh-menangkan-pilpres-2024>.

Wijaya, Arfianti, and Serafica Gischa. “Komunikasi Visual: Pengertian Dan Sudut Pandang.” In *Kompas.Com*, 2023.

<https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/13/020000169/komunikasi-visual-pengertian-dan-sudut-pandang?page=all#>.

Wikipedia. “Gibran Rakabuming Raka.” In *Wikipedia*, 2024.

https://id.wikipedia.org/wiki/Gibran_Rakabuming_Raka#:~:text=K. P. H. Gibran Rakabuming Raka%2C B,ke-7%2C Joko Widodo.

———. “Gibran Rakabuming Raka.” In *Wikipedia Indonesia*. wikipedia.org, 2024.

https://id.wikipedia.org/wiki/Gibran_Rakabuming_Raka.

———. “Huruf Kapital Semua.” In *Wikipedia*, n.d.

https://id.wikipedia.org/wiki/Huruf_kapital_semua#:~:text=Dalam tipografi%2C huruf kapital semua,judul berita di surat kabar.

———. “Prabowo Subianto.” In *Wikipedia Indonesia*. wikipedia.org, 2024.

https://id.wikipedia.org/wiki/Prabowo_Subianto.

Wirawan, I Gusti Ngurah, and I Wayan Nuriarta. “Elemen Desain Komunikasi Visual Dalam Merchandise Iklan Politik Pasangan Dharmanegara Pada Pilkada Kota

Denpasar 2014.” *Segara Widya : Jurnal Penelitian Seni* 6, no. 1 (2018): 16–27.
<https://doi.org/10.31091/sw.v6i1.356>.

Wirianto, Ricky, and Lasmery RM Girsang. “Representasi Rasisme Pada Film ‘12 Years a Slave’ (Analisis Semiotika Roland Barthes).” *Semiotika Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (2016): 180–206.

Zakiyuddin Ahmad. “Teknik Teknik Propaganda Politik Jalaludin Rakhmat (Studi Kasus Pada Kampanye Pemilu 2014 Di Kabupaten Bandung Dan Kabupaten Bandung Barat).” *Jurnal Academia Praja* 1, no. 1 (2018): 39–58.

Zharandont, and Patrycia. “Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia.” *Humaniora Binus* 2, no. Terminologi warna (2015): 1086.
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3158>.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Abdurrouf Al Maghfuri, lahir di Kediri tanggal 28

Juni 2001. Penulis beralamat di Desa Paron, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri. Penulis merupakan anak ke tiga dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri Bapak Samsu Hadi dan Ibu Darotin.



Pendidikan yang telah ditempuh yaitu TK Perwanida Paron lulus pada tahun 2007, kemudian MI Hidayatul Mustofa Paron lulus pada tahun 2013, kemudian Mts Fillial Pagu di Doko lulus pada tahun 2017, kemudian SMKN 1 Kediri lulus pada tahun 2019, dan masuk ke perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tahun 2020 dengan mengambil program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah hingga lulus di semester 9 pada tahun 2024.