



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*

Enjang Solehudin (44214120145)

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN KAMPANYE POLITIK JOKOWI-MA'RUF AMIN VERSI SHALAWAT DI TELEVISI

(i-vii) + 76 Halaman + 5 Bab + 17 Buku + 1 Situs Internet

ABSTRAK

Aneka media banyak dimanfaatkan sebagai sarana kampanye politik. Ini mengindikasikan para pengurus partai politik mulai sadar akan manfaat iklan sebagai media efektif dalam mempengaruhi massa, dalam membuat iklan tentunya pengiklan ingin mendapatkan apa yang menjadi tujuan dari iklan tersebut dibuat, ini juga berlaku pada iklan kampanye politik seperti yang dilakukan oleh pasangan calon Presiden periode 2019-2024

Jokowi dan Ma'ruf Amin. dalam masa kampanyenya kali ini pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin meluncurkan iklan kampanye yang bertemakan "shalawat" yang di tayangkan di beberapa Televisi di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah ingin menganalisis makna pesan pada iklan Kampanye Politik Jokowi-Ma'ruf Amin versi "Shalawat" di Media Televisi menggunakan analisis semiotika dalam model Charles Sanders Peirce melalui representamen, objek, dan interpretan. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivis dengan menggunakan analisis semiotika sebagai metode penelitian. Objek pada penelitian ini adalah iklan kampanye politik Jokowi-Ma'ruf Amin versi "Shalawat" di media televisi.

Dalam penelitian ini menggunakan data premier dan sekunder. Data premier berupa observasi, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh langsung dengan dokumentasi berupa video iklan kampanye politik Jokowi-Ma'ruf Amin versi "shalawat" yang sudah di unggah atau di download melalui youtube. Sedangkan data sekunder berupa dokumentasi dan riset kepustakaan, yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan iklan kampanye

politik melalui internet dan buku yang berkaitan. Setelah data premier dan sekunder terkumpul, dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis filing system.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa temuan tanda dalam iklan Kampanye Politik Jokowi-Ma'ruf Amin versi "Shalawat" tersirat pesan tersembunyi yang secara khusus menyingkap pesan tentang pembentukan citra yang ingin dibangun oleh pasangan Jokowi- Ma'ruf Amin. Mulai dari pembangunan image seorang muslim yang baik yang dilekatkan kepada Jokowi dan Ma'ruf Amin, simbol rakyat yang menjadi bagian dari Jokowi yang merupakan calon presiden yang berasal dari kalangan rakyat biasa, rekam jejak kepedulian Jokowi terhadap daerah-daerah di Indonesia yang tertinggal, serta visi dari pasangan capres Jokowi-Ma'ruf Amin untuk menjadikan Indonesia sebagai Negara yang berdaulat, adil dan makmur.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*

Enjang Solehudin (44214120145)

ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN KAMPANYE POLITIK JOKOWI-MA'RUF AMIN VERSI SHALAWAT DI TELEVISI

(i-vii) + 76 Halaman + 5 Bab + 17 Buku + 1 Situs Internet

ABSTRAK

Various media are widely used as a means of political campaigns. This indicates that political party administrators are starting to realize the benefits of advertising as an effective media in influencing the masses, in making advertisements, of course advertisers want to get what is the purpose of these advertisements made, this also applies to political campaign advertisements as carried out by presidential candidates in the 2019 period -2024

Jokowi and Ma'ruf Amin. during the campaign this time the couple Jokowi-Ma'ruf Amin launched a campaign ad with the theme "blessings" which aired on several televisions in Indonesia.

The purpose of this study is to analyze the meaning of the message in the Jokowi-Ma'ruf Amin Political Campaign ad version "Shalawat" in Television Media using semiotic analysis in the Charles Sanders Peirce model through representamen, objects, and interpretants. The paradigm used in this study is a constructivist paradigm using semiotic analysis as a research method. The object of this research is the Jokowi-Ma'ruf Amin political campaign advertisement version of "Shalawat" in the television media.

In this study using premier and secondary data. Premiere data in the form of observations, data collected in this study were obtained directly with documentation in the form of a video advertisement of the Jokowi-Ma'ruf Amin political version of the "blessing" version that has been uploaded or downloaded via YouTube. While secondary data in the form of documentation and library research, which is looking for data on matters relating to campaign advertising

politics through the internet and related books. After the premier and secondary data are collected,

Data analysis was performed using Charles Sanders Peirce's semiotic analysis. The analysis technique used in this study is the analysis of the filing system.

The results showed that the finding of the sign in the Jokowi-Ma'ruf Amin Political Campaign advertisement of the "Shalawat" version implied a hidden message that specifically revealed the message about the image formation that the Jokowi-Ma'ruf Amin pair wanted to build. Starting from building the image of a good Muslim attached to Jokowi and Ma'ruf Amin, a symbol of the people who are part of Jokowi who is a presidential candidate who comes from ordinary people, a track record of Jokowi's concern for the regions in Indonesia that are lagging behind, and the vision of the candidate pair Jokowi-Ma'ruf Amin to make Indonesia a sovereign, just and fair State prosperous.