



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM STUDI PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

**ABSTRACT**

*Commercial is a word that is often encountered in the economic sector of trade is closely related to the value of goods, products and their distribution. Commercial products are aimed at encouraging the purchase, introduced by marketers in a company to the public.*

*But in its development of commercial word began to be used in politics, like selling a product of political parties or candidates keen to market wares to the public. Indeed approach to marketing in the political scene was not the answer, especially for product marketing methodology associated with inanimate objects that do not have expressive character.*

*The introduction of a campaign of candidates with the most important arena of political communication in a democracy. Through the campaign, the candidates are trying to gain the sympathy of the public to vote in the election. Props is an instrument of the campaign. The next campaign will become a means of political persuasion. Each political figures vying to publicize and promote themselves.*

*Billboards and business cards used signs and symbols of candidates wrapped in a bandage that will determine the meaning of the electorate, it is necessary to examine the commercial significance of political stored in the props that campaign through the study of semiotics approach. Through semiotics, aspects of signs and symbols hidden in props campaigns can be analyzed in detail*

*Qualitative research methodology using semiotic analysis of Roland Barthes. Collecting data in two ways: primary data and secondary data. The results of the study are of commercial significance politics through fashion, kebetawian and political parties in billboards and business cards Sasmita campaign props bin MZ Djain so elected to the legislature.*

*Keywords: message, politics, semiotics*



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM STUDI PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

## ABSTRAK

Komersial merupakan kata yang sering dijumpai dalam sektor ekonomi perdagangan yang erat kaitannya dengan nilai suatu barang, produk beserta distribusinya. Komersial produk yang bertujuan mendorong pembelian, diperkenalkan oleh para pemasar pada sebuah perusahaan kepada masyarakat.

Namun dalam perkembangannya kata komersial mulai digunakan dalam politik, ibarat menjual produk partai politik atau calon legislatif giat memasarkan jualannya kepada masyarakat. Sejatinya pendekatan marketing dalam panggung politik bukanlah sebuah jawaban, terlebih karena metodologi pemasaran produk berhubungan dengan benda mati yang tidak memiliki karakter ekspresif.

Pengenalan caleg dengan kampanye merupakan ajang komunikasi politik paling penting di dalam demokrasi. Melalui kampanye, kandidat berusaha untuk meraih simpati dari masyarakat untuk memilih dalam pemilu. Alat peraga merupakan instrumen kampanye. Kampanye selanjutnya akan menjadi ajang persuasi politik. Masing-masing tokoh politik berlomba mempublikasikan dan mempromosikan diri mereka.

Baliho dan kartu nama yang digunakan caleg dibungkus tanda dan simbol dalam balutan makna yang akan menentukan khalayak pemilih, maka dipandang perlu untuk meneliti makna komersial politik yang tersimpan dalam alat peraga kampanye tersebut melalui kajian pendekatan semiotika. Melalui semiotika, aspek tanda dan simbol yang disembunyikan dalam alat peraga kampanye dapat dianalisis secara mendetail

Metodologi penelitian kualitatif menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Pengambilan data dua cara yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian terdapat makna komersial politik melalui *fashion*, kebetawian dan partai politik dalam baliho dan kartu nama peraga kampanye Sasmita bin MZ. Djain sehingga terpilih menjadi anggota legislatif.

Kata kunci: pesan, politik, semiotika