



Analisis Semiotika *Pierce* terhadap Pasangan Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024

Diah Fatma Sjoraida ^{1*}, Mohamad Sudi ², Robbikal Muntaha Meliala ³, Silvina Mayasari ⁴, Rety Palupi ⁵

^{1*} Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Yapis Biak-Papua, Kabupaten Biak Numfor, Provinsi Papua, Indonesia.

^{3,4,5} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

article info

Article history:

Received 12 Agustus 2024

Received in revised form

26 August 2024

Accepted 15 September 2024

Available online October 2024.

DOI:

<https://doi.org/10.35870/jtik.v8i4.3105>.

Keywords:

2024 Presidential Election;
Peirce's Semiotics; Prabowo-Gibran.

Kata Kunci:

Pilpres 2024; Semiotika Peirce;
Prabowo-Gibran.

abstract

In the 2024 presidential election, campaign signs play a crucial role in political communication, shaping public perceptions of candidate pairs. However, there has been limited research examining the influence of these signs through Peirce's semiotic framework. This study aims to analyze the effect of the Prabowo-Gibran campaign signs during the 2024 presidential election using Peirce's semiotic approach. Additionally, it seeks to explore the broader implications of these findings for political communication strategies in elections. Peirce's semiotic theory is applied as an analytical tool to interpret the meaning conveyed by the Prabowo-Gibran campaign signs. Data were gathered through observations of the campaign signs and analyzed using semiotic interpretation, focusing on representations, objects, and interpretants. The influence of these signs on public perception and voter support was then assessed. The findings reveal that the Prabowo-Gibran campaign signs effectively conveyed messages of courage, collaboration, and public health. These signs were positively received by the public, shaping the image of the pair as strong leaders capable of fostering cooperation. The results are crucial for understanding political communication strategies, as recognizing the meaning and impact of campaign signs can help inform more effective strategies to shape voter attitudes. Based on Peirce's semiotic analysis, it is concluded that the Prabowo-Gibran campaign signs have a significant effect on public perception and voter support.

abstract

Pada Pemilihan Presiden 2024, tanda-tanda kampanye memainkan peran penting dalam komunikasi politik dan membentuk persepsi publik terhadap pasangan calon. Namun, penelitian mengenai dampak tanda-tanda kampanye yang menggunakan kerangka semiotika Peirce masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak tanda-tanda kampanye pasangan Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024 menggunakan pendekatan semiotika Peirce. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk meneliti implikasi temuan ini terhadap strategi komunikasi politik dalam pemilihan umum. Pendekatan semiotika Peirce diterapkan sebagai alat analisis untuk menafsirkan makna yang disampaikan oleh tanda-tanda kampanye Prabowo-Gibran. Data dikumpulkan melalui observasi tanda-tanda kampanye dan dianalisis menggunakan interpretasi semiotik, dengan fokus pada representamen, objek, dan interpretan. Dampak tanda-tanda tersebut terhadap persepsi publik dan dukungan pemilih kemudian dievaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanda-tanda kampanye Prabowo-Gibran berhasil menyampaikan pesan keberanian, kerjasama, dan kesehatan publik. Tanda-tanda ini diterima dengan baik oleh masyarakat, membentuk citra pasangan ini sebagai pemimpin yang kuat dan mampu membangun kerjasama. Hasil ini penting untuk memahami strategi komunikasi politik, karena memahami makna dan dampak tanda-tanda kampanye dapat membantu merancang strategi yang lebih efektif untuk mempengaruhi sikap pemilih. Berdasarkan analisis semiotika Peirce, dapat disimpulkan bahwa tanda-tanda kampanye Prabowo-Gibran memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi publik dan dukungan pemilih.

Corresponding Author. Email: diah.fatma@unpad.ac.id ^{1}.

© E-ISSN: 2580-1643.

Copyright © 2024 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.



ACM Computing Classification System (CCS)



Communication and Mass Media Complete (CMMC)

1. Latar Belakang

Pemilihan Presiden adalah salah satu momen paling signifikan dalam sistem demokrasi suatu negara. Proses ini tidak hanya menentukan pemimpin tertinggi, tetapi juga mencerminkan berbagai dinamika sosial, politik, dan ekonomi yang ada dalam masyarakat. Pemilihan presiden menjadi ajang bagi berbagai kekuatan politik untuk berkompetisi dalam meraih dukungan publik melalui penyampaian ideologi, kebijakan, serta representasi simbolis dari para kandidat. Dalam hal ini, analisis semiotika menjadi metode penting dalam memahami bagaimana tanda dan simbol yang digunakan oleh kandidat politik dapat memengaruhi persepsi masyarakat. Pemilihan Presiden Republik Indonesia tahun 2024 telah menjadi sorotan publik secara luas, terutama dengan kemunculan pasangan-pasangan calon yang dianggap menarik. Salah satu pasangan calon yang mencuri perhatian adalah Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Prabowo Subianto, seorang tokoh militer yang telah lama berkiprah dalam politik nasional, dikenal sebagai sosok berpengalaman yang memiliki basis pendukung kuat. Sementara itu, Gibran Rakabuming Raka, yang dikenal sebagai pengusaha muda sekaligus putra Presiden Joko Widodo, muncul sebagai representasi generasi muda dalam politik Indonesia.

Kehadiran pasangan Prabowo-Gibran memunculkan diskusi terkait narasi politik yang mereka bangun serta simbol-simbol yang digunakan dalam kampanye mereka. Pendekatan semiotika menjadi relevan dalam menganalisis bagaimana pasangan ini menggunakan berbagai tanda politik untuk membangun citra mereka di hadapan publik. Analisis semiotik memungkinkan kajian lebih rinci mengenai tanda-tanda yang muncul dalam kampanye serta pengaruhnya terhadap persepsi masyarakat dan dinamika politik di Indonesia. Pertarungan politik dalam Pilpres 2024 diprediksi akan berlangsung dinamis dengan tensi yang tinggi. Media massa dan teknologi informasi berperan sangat besar dalam penyebaran pesan-pesan politik secara cepat dan luas. Dalam hal ini, pasangan Prabowo-Gibran menjadi salah satu aktor utama yang membawa narasi kuat, yang mencakup tema keberanian, kolaborasi antar-generasi, dan kesinambungan politik. Kehadiran Gibran sebagai putra Presiden Joko Widodo

menambah dimensi lain dalam diskusi politik nasional, terutama terkait isu dinasti politik. Namun, narasi politik yang dibangun oleh pasangan Prabowo-Gibran membawa elemen baru yang menarik, yaitu kolaborasi antara generasi tua dan muda. Kolaborasi ini memberikan daya tarik bagi masyarakat, terutama karena menggabungkan pengalaman politik Prabowo dan inovasi dari generasi muda yang diwakili oleh Gibran. Perpaduan ini berpotensi menghasilkan strategi politik yang berbeda dari pasangan calon lainnya. Dari sisi pengalaman, Prabowo Subianto merupakan figur yang telah lama terlibat dalam dunia militer dan politik Indonesia. Sebagai mantan perwira militer dan politisi yang pernah mencalonkan diri dalam dua pemilihan presiden sebelumnya, Prabowo memiliki basis pendukung yang solid. Di sisi lain, Gibran Rakabuming Raka, sebagai pengusaha muda yang sukses dan putra dari Presiden Joko Widodo, menawarkan sosok yang mampu menjembatani antara generasi muda dan kepemimpinan yang berorientasi pada keberlanjutan.

Analisis semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce menjadi sangat relevan dalam menganalisis bagaimana pasangan ini membangun citra politik mereka. Peirce, seorang filsuf dan ilmuwan semiotika dari Amerika Serikat, mengembangkan teori semiotika yang mempelajari tanda-tanda dan bagaimana tanda-tanda tersebut membentuk makna. Pendekatan Peirce terdiri dari tiga elemen utama, yaitu *representamen*, objek, dan interpretan. *Representamen* adalah tanda fisik yang dapat berupa gambar, slogan, atau tindakan yang mewakili suatu makna tertentu. Objek adalah hal atau konsep yang diwakili oleh *representamen*, sementara interpretan adalah makna yang dipahami oleh audiens berdasarkan interaksi antara *representamen* dan objek.

Dalam Pilpres 2024, pasangan Prabowo-Gibran menggunakan berbagai tanda politik untuk membangun citra mereka di hadapan masyarakat. Misalnya, penggunaan slogan dan simbol-simbol visual yang mencerminkan nilai-nilai keberanian, kolaborasi, serta kesejahteraan publik. Melalui analisis semiotika Peirce, tanda-tanda ini dapat dievaluasi untuk memahami bagaimana tanda tersebut diproduksi, diterima, dan diberi makna oleh masyarakat. Selain itu, tanda-tanda politik ini juga berperan penting dalam membentuk persepsi

masyarakat terhadap pasangan calon. Pendekatan semiotika ini memberikan kerangka kerja yang efektif untuk menelaah bagaimana strategi komunikasi politik dibentuk dan bagaimana tanda-tanda tersebut digunakan untuk memengaruhi opini publik. Dalam dunia politik, penggunaan tanda dan simbol sering kali menjadi elemen kunci dalam membentuk narasi politik yang kuat, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan pemilih. Oleh karena itu, analisis semiotika menjadi alat yang berguna dalam memahami dinamika politik masa kini, terutama dalam pemanfaatan media massa dan teknologi untuk menyebarkan pesan politik dengan lebih efektif.

Penelitian akan mengkaji bagaimana pasangan Prabowo-Gibran menggunakan tanda-tanda politik untuk membangun citra mereka selama Pilpres 2024. Pendekatan semiotika Peirce akan digunakan untuk menganalisis tanda-tanda yang muncul dalam kampanye mereka, seperti slogan, gambar, serta simbol-simbol lainnya yang digunakan untuk membangun narasi politik mereka. Selain itu, artikel ini juga akan meneliti bagaimana tanda-tanda tersebut memengaruhi persepsi masyarakat dan membentuk opini politik yang pada akhirnya dapat mempengaruhi hasil pemilihan presiden. Analisis semiotika politik merupakan alat penting dalam memahami bagaimana tanda dan simbol digunakan dalam dunia politik untuk menyampaikan pesan serta memengaruhi opini publik. Dengan mempelajari penggunaan tanda-tanda politik oleh pasangan Prabowo-Gibran, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih terperinci mengenai strategi komunikasi politik dan pengaruhnya terhadap masyarakat luas.

Semiotika Pierce, atau yang dikenal sebagai semiotika *Peircean*, merupakan teori yang dikembangkan oleh filsuf Amerika Charles Sanders Pierce. Teori ini mempelajari tanda-tanda dan proses komunikasi, dan menjadi salah satu pendekatan utama dalam studi semiotika. Dalam pandangan Pierce, tanda-tanda memainkan peran penting dalam pembentukan makna dan komunikasi. Pierce mengidentifikasi tiga elemen utama dalam tanda dan proses pembentukan makna, yaitu *representamen*, objek, dan interpretan [1]. *Representamen* adalah manifestasi fisik dari tanda itu sendiri, yang dapat berupa kata-kata, gambar, simbol, atau bentuk lain yang mewakili suatu konsep atau

objek. Misalnya, dalam politik, *representamen* dapat berupa slogan kampanye, poster, spanduk, atau logo partai politik. Objek, di sisi lain, adalah konsep, entitas, atau fenomena yang direpresentasikan oleh tanda. Objek ini bisa berupa calon presiden, partai politik, atau isu-isu politik yang ingin disampaikan melalui tanda. Objek menjadi referensi bagi *representamen* dan menjadi sasaran interpretasi dari interpretan. Interpretan adalah pemahaman atau tafsiran yang diberikan oleh penerima pesan. Mereka memberikan makna pada tanda melalui proses kognitif dan sosial yang didasarkan pada pengalaman, pengetahuan, dan nilai-nilai sosial mereka. Dalam politik, interpretan dapat berupa pemilih atau masyarakat yang menafsirkan tanda-tanda tersebut [2]. Proses komunikasi semiotika Pierce terjadi ketika *representamen* diinterpretasikan oleh interpretan dengan mengaitkan tanda tersebut pada objek yang direpresentasikan. Interpretan memberikan makna pada tanda berdasarkan latar belakang pengetahuan dan pengalaman mereka. Faktor-faktor seperti budaya, ideologi, dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat turut mempengaruhi makna yang terbentuk melalui proses ini [3]. Oleh karena itu, dalam analisis semiotika Pierce, peneliti berusaha memahami bagaimana tanda-tanda diproduksi, diterima, dan diberi makna oleh interpretan. Dengan mengkaji konsep tanda dan proses pembentukan makna, semiotika Pierce memungkinkan peneliti untuk menganalisis cara pesan politik disampaikan dan bagaimana tanda-tanda tersebut mempengaruhi persepsi publik [4]. Selain itu, Pierce juga mengemukakan tiga jenis tanda, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang memiliki kesamaan fisik dengan objek yang direpresentasikan, seperti potret seseorang yang merepresentasikan orang tersebut. Indeks adalah tanda yang memiliki hubungan kausal dengan objek, misalnya asap yang menunjukkan adanya api. Sementara itu, simbol adalah tanda yang memiliki hubungan berbasis kesepakatan sosial, seperti bendera yang melambangkan negara [5].

Penerapan konsep semiotika Pierce dalam analisis politik memberikan kesempatan untuk memahami bagaimana tanda-tanda politik diproduksi, diterima, dan diberi makna oleh masyarakat. Semiotika Pierce dapat digunakan untuk menganalisis berbagai elemen dalam kampanye politik, seperti slogan, logo partai,

atau poster kampanye. Analisis terhadap *representamen*, objek, dan interpretan memungkinkan pemahaman lebih lanjut mengenai makna yang terkandung dalam tanda-tanda tersebut serta bagaimana tanda-tanda tersebut merepresentasikan entitas politik tertentu. Misalnya, dalam kampanye politik, logo dan slogan sering kali menjadi alat komunikasi utama yang merepresentasikan identitas politik atau pesan penting yang ingin disampaikan kandidat kepada publik [6]. Selain itu, semiotika Pierce juga membantu dalam menganalisis citra dan identitas politik yang dibangun melalui tanda-tanda. Dengan memahami penggunaan simbol dan representasi fisik tertentu, peneliti dapat menggali lebih jauh tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh kandidat atau partai politik. Citra politik dibangun melalui penggunaan simbol yang dipilih dengan hati-hati untuk menciptakan persepsi tertentu di kalangan pemilih. Semiotika Pierce memberikan alat analitis yang efektif untuk memeriksa bagaimana simbol-simbol politik ini diartikulasikan dan diterima oleh masyarakat.

Dalam kajian ikonografi politik, semiotika Pierce dapat digunakan untuk menganalisis gambar-gambar yang sering muncul dalam kampanye. Misalnya, gambar calon presiden yang sering muncul dalam media kampanye dapat dianalisis dari sudut pandang semiotik untuk melihat bagaimana gambar tersebut merepresentasikan nilai-nilai atau karakteristik politik yang ingin ditonjolkan oleh kandidat. Analisis ini dapat membantu dalam memahami bagaimana gambar-gambar tersebut mempengaruhi opini publik [7]. Selain itu, semiotika Pierce juga dapat diterapkan dalam studi diskursus politik, yang berfokus pada bahasa dan narasi yang digunakan oleh kandidat atau partai politik. Bahasa politik yang digunakan dalam pidato kampanye atau iklan politik sering kali mengandung tanda-tanda yang kompleks. Melalui analisis terhadap *representamen*, objek, dan interpretan, peneliti dapat membongkar strategi retorika yang digunakan dalam komunikasi politik dan memahami bagaimana bahasa ini digunakan untuk menyampaikan ideologi atau narasi tertentu. Penerapan analisis semiotika Pierce dalam kampanye politik dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai fungsi tanda-tanda politik, bagaimana mereka memengaruhi persepsi masyarakat, dan bagaimana pesan politik disampaikan serta diterima

oleh pemilih. Dengan memahami komponen-komponen tanda seperti *representamen*, objek, dan interpretan, pihak yang terlibat dalam kampanye politik dapat menilai dampak dari komunikasi politik yang mereka sampaikan.

Penelitian sebelumnya mengenai Pilpres 2024 telah berfokus pada berbagai aspek strategi politik, promosi media sosial, serta keterlibatan pemilih muda dalam proses pemilihan. Mulyono (2023) menyoroti kepentingan generasi milenial dalam pemilihan presiden 2024 di Indonesia [8]. Penelitian ini memberikan gambaran umum mengenai pengaruh generasi ini dalam pemilu mendatang, serta menekankan perlunya evaluasi lebih lanjut terkait pendekatan yang digunakan untuk menarik minat mereka. Generasi milenial dianggap memiliki pandangan politik yang berbeda dan berperan penting dalam menentukan hasil pemilu. Studi lain oleh Gusti (2023) membahas strategi *personal branding* yang digunakan oleh politisi melalui media sosial, seperti Twitter, untuk meningkatkan keterlibatan publik. Gusti menyoroti pentingnya citra pribadi dalam menciptakan kesan positif di masyarakat, terutama melalui penggambaran tokoh politik yang dekat dengan rakyat dan mendukung isu-isu sosial-ekonomi [9]. Ini menunjukkan bahwa branding politik yang efektif sangat bergantung pada citra pribadi yang dikomunikasikan kepada masyarakat melalui platform digital. Hakim dan Zamhasari (2023) meneliti dampak dukungan seorang presiden yang akan mengakhiri masa jabatannya terhadap peluang kemenangan kandidat yang didukungnya dalam Pilpres 2024 [10]. Penelitian ini menggunakan contoh dari berbagai negara, termasuk kasus Duterte di Filipina, dan menyoroti bahwa dukungan dari presiden yang memiliki tingkat persetujuan tinggi dapat meningkatkan peluang keberhasilan kandidat politik yang didukungnya. Asro *et al.* (2023) melakukan studi terhadap opini publik di Twitter mengenai Pilpres 2024 dengan menggunakan metode *Naive Bayes Classifier* untuk menganalisis sentimen. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana teknologi dan analisis data besar dapat digunakan untuk memahami tren opini publik di era digital [11]. Hal ini relevan dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai platform utama dalam menyebarkan dan memantau pesan-pesan politik. Syafiatul Umma (2024) menyoroti popularitas, akseptabilitas, dan

elektabilitas seorang kandidat di kalangan alumni lembaga pendidikan agama. Penelitian ini menunjukkan bahwa popularitas kandidat di media sosial cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan media tradisional, menandakan pentingnya kehadiran digital dalam meningkatkan keterlibatan publik [12]. Kajian ini juga menekankan peran komunitas agama dalam menentukan pilihan politik. Hutaeruk *et al.* (2024) meneliti pengaruh promosi politik melalui TikTok terhadap sikap pemilih muda, khususnya di Samarinda. Studi ini menyoroti bagaimana TikTok, sebagai platform media sosial yang populer di kalangan Gen-Z, berperan penting dalam membentuk persepsi dan dukungan politik [13]. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya alat promosi, tetapi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan politik generasi muda.

Azmah *et al.* (2023) menganalisis dimensi tekstual dan sosial budaya dalam kampanye Pilpres 2024 yang disebarluaskan melalui akun Instagram @pinterpolitik. Penelitian ini berfokus pada bagaimana wacana politik disusun dan dipresentasikan dalam konteks sosial yang lebih luas. Analisis ini menunjukkan pentingnya media sosial dalam mempengaruhi praktik wacana politik dan bagaimana masyarakat merespons teks-teks politik yang dihasilkan oleh platform ini [14]. Arnanda (2023) membahas strategi *branding* politik melalui Instagram yang digunakan untuk membangun citra calon presiden sebagai sosok yang memiliki integritas, visioner, dan mampu menjadi panutan. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa *branding* di media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap calon pemimpin, terutama di kalangan pemilih muda yang aktif di media sosial [15]. Kusumawardani dan Cahyanto (2023) menyoroti pengaruh buzzer politik dan penyebaran hoaks di media sosial dalam memengaruhi keputusan pemilih Gen-Z. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi media dalam menghadapi peningkatan aktivitas buzzer politik yang bertujuan untuk membentuk opini publik melalui media sosial [16]. Selain itu, kajian ini menyoroti pergeseran dalam praktik kampanye politik dengan meningkatnya peran media digital.

Rochmah *et al.* (2023) mengkaji peran negosiasi dan lobi politik dalam menentukan opini publik dan mendapatkan dukungan finansial menjelang Pilpres

2024. Penelitian ini menekankan pentingnya strategi negosiasi yang efektif dalam membentuk hasil politik, terutama dalam konteks Indonesia yang kompleks [17]. Temuan ini menunjukkan bahwa lobi politik tidak hanya berfungsi dalam tataran kebijakan, tetapi juga memengaruhi dinamika politik secara langsung. Anjayani dan Hudiyono (2023) melakukan analisis wacana kritis terhadap peran media massa dalam membentuk opini publik mengenai calon presiden pada Pilpres 2024 [18]. Penelitian ini menekankan bagaimana media massa dapat mempengaruhi persepsi politik melalui narasi yang dikonstruksi secara strategis, serta pentingnya memahami interaksi antara media dan politik dalam membentuk kesadaran masyarakat. Berdasarkan kajian-kajian sebelumnya, penelitian ini menonjolkan inovasi dalam penggunaan analisis semiotika Pierce untuk memahami Pilpres 2024, khususnya dalam melihat pasangan Prabowo-Gibran. Pendekatan ini memberikan perspektif baru yang fokus pada penggunaan tanda dan simbol dalam kampanye politik untuk membentuk narasi dan citra politik. Dengan demikian, penelitian ini memiliki diferensiasi yang jelas dan memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas pemahaman mengenai fenomena kampanye politik pada Pilpres 2024.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara lebih rinci penggunaan semiotika Pierce dalam kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi terhadap tanda-tanda politik dan bagaimana pemilih menafsirkan serta memberi makna pada tanda-tanda tersebut. Data dikumpulkan melalui analisis terhadap dokumen digital yang berisi berbagai bentuk materi kampanye, termasuk poster, spanduk, iklan, dan berbagai materi visual lain yang digunakan selama kampanye. Dalam penelitian ini, analisis semiotika dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, dilakukan analisis terhadap *representamen*, yaitu elemen visual yang tampak dalam tanda-tanda politik, seperti penggunaan gambar, warna, dan tipografi. Elemen-elemen visual ini dianalisis untuk melihat bagaimana kandidat berusaha menyampaikan pesan politik tertentu kepada pemilih melalui representasi visual tersebut. Pemilihan warna, misalnya, dapat mencerminkan nilai-nilai yang

ingin ditonjolkan oleh kandidat, sementara tipografi dapat mencerminkan karakter kepemimpinan atau visi kandidat. Tahap kedua adalah analisis terhadap objek yang direpresentasikan oleh tanda-tanda politik. Objek ini bisa berupa kandidat itu sendiri, partai politik, isu politik, atau nilai yang ingin disampaikan kepada pemilih. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana objek-objek tersebut dirancang untuk memengaruhi persepsi pemilih. Misalnya, poster kampanye dapat memposisikan kandidat sebagai figur yang tegas atau merakyat, yang bertujuan membangun citra positif di mata pemilih.

Tahap ketiga adalah analisis terhadap interpretasi, yaitu cara pemilih atau masyarakat memahami dan menafsirkan tanda-tanda politik tersebut. Interpretasi sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan politik dari pemilih. Dalam analisis ini, peneliti menilai bagaimana respons masyarakat terhadap simbol-simbol yang digunakan dalam kampanye dan apakah pesan yang ingin disampaikan oleh tim kampanye berhasil diterima dengan baik atau tidak. Selain itu, analisis tematik dilakukan untuk mengidentifikasi pola-pola atau tema-tema yang berulang dalam materi kampanye. Tema-tema ini mungkin mencakup gagasan tentang kepemimpinan, keberanian, atau kolaborasi, yang disampaikan melalui materi visual dan teks kampanye. Mengidentifikasi tema-tema yang konsisten membantu dalam memahami strategi komunikasi politik yang digunakan untuk mencapai audiens yang lebih luas. Terakhir, dilakukan analisis terhadap aspek sosial dan politik yang memengaruhi interpretasi pemilih terhadap tanda-tanda politik. Elemen-elemen seperti situasi politik dan sosial di Indonesia, pandangan pemilih terhadap partai politik, serta isu-isu yang sedang berkembang dianalisis untuk menilai bagaimana hal-hal tersebut berpengaruh pada cara pemilih memberi makna pada tanda-tanda politik yang ada. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih terstruktur mengenai penggunaan semiotika Pierce dalam kampanye politik, terutama dalam hal bagaimana tanda-tanda politik dirancang, dipahami, dan diterima oleh masyarakat. Pendekatan ini juga memberikan kerangka yang jelas untuk menganalisis komunikasi

politik dengan fokus pada peran visual dan simbolis dalam membentuk persepsi pemilih.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Pada debat calon wakil presiden keempat, Gibran Rakabuming Raka menjadi pusat perhatian, terutama terkait dengan etika yang ditampilkan. Beberapa pihak, termasuk Sekretaris Jenderal Partai Solidaritas Indonesia, Raja Juli Antoni, memberikan pandangan bahwa tidak ada yang salah dengan etika Gibran selama debat. Menurut Raja Juli, Gibran menampilkan keberanian dan sikap yang natural. Raja Juli bahkan menyebut bahwa Gibran mampu menciptakan suasana yang lebih hangat dan ceria dalam debat, yang justru menunjukkan kepribadiannya yang apa adanya. Di sisi lain, Raja Juli juga menyindir standar etika Anies Baswedan yang dalam beberapa kesempatan dianggap menyerang capres Prabowo Subianto. Menurut Raja Juli, perbedaan dalam gaya debat seperti ini tidak perlu dibesar-besarkan, karena yang terpenting adalah bagaimana visi dan misi dari setiap calon wakil presiden terlihat jelas di hadapan publik. Sementara itu, capres nomor urut satu, Anies Baswedan, memberikan apresiasi kepada pasangannya, Muhaimin Iskandar, atas performanya dalam debat. Menurut Anies, Muhaimin mampu menjaga marwah debat, berfokus pada kebijakan dan menunjukkan sikap yang menghormati lawan debat. Anies juga menekankan bahwa Muhaimin berhasil menunjukkan bahwa debat politik harus tetap berlangsung dengan etika yang tinggi, di mana lawan debat dianggap sebagai "teman berpikir," bukan musuh. Meskipun demikian, Gibran juga menunjukkan sisi positif dalam etikanya, terutama di akhir debat ketika ia menyalami dan mencium tangan lawannya, Mahfud Md dan Muhaimin Iskandar, sebagai bentuk penghormatan kepada yang lebih tua. Fenomena debat ini mencerminkan dinamika etika politik dalam Pilpres 2024, yang ditandai dengan majunya Gibran sebagai calon wakil presiden termuda. Kritik terhadap etika dalam debat ini menjadi sorotan, namun analisis semiotika Pierce dapat digunakan untuk mengkaji lebih dalam berbagai aspek dari kampanye politik pasangan Prabowo-Gibran. Semiotika Pierce merupakan studi tentang tanda dan makna yang mereka bawa dalam budaya

dan sosial, yang mencakup elemen-elemen seperti lambang, citra, ucapan, dan tindakan. Salah satu elemen yang dapat dianalisis adalah lambang kampanye. Lambang ini mencerminkan nilai-nilai politik yang ingin disampaikan oleh pasangan Prabowo-Gibran. Misalnya, warna dan simbol yang digunakan dalam lambang kampanye mereka menggambarkan cita-cita kebangsaan, keragaman, dan harmoni. Warna-warna kebangsaan yang ditampilkan menekankan pentingnya persatuan dalam keberagaman.

Selain itu, kampanye visual mereka menonjolkan kolaborasi antara generasi tua dan muda, dengan menampilkan Gibran sebagai representasi dari kaum milenial yang emosional namun inovatif. Hal ini memperlihatkan narasi kebaruan dan kesinambungan dalam kepemimpinan, yang diharapkan dapat menarik perhatian pemilih muda. Dalam setiap pidato atau pernyataan publik, pasangan ini juga menunjukkan fokus pada sektor pangan sebagai kebutuhan pokok rakyat, yang menjadi salah satu isu utama yang diusung dalam kampanye mereka. Slogan-slogan kampanye seperti "Pembangunan untuk Kesejahteraan" menekankan komitmen mereka untuk melanjutkan program-program yang telah dicanangkan oleh Presiden Jokowi. Slogan ini menegaskan bahwa Prabowo-Gibran ingin membawa kesinambungan dalam kebijakan pembangunan yang pro rakyat. Selain itu, penampilan fisik dan gaya berpakaian pasangan ini juga menjadi tanda yang mencerminkan identitas mereka sebagai pemimpin yang sederhana dan merakyat. Prabowo dan Gibran sering kali tampil dengan busana yang menunjukkan keakraban dengan masyarakat luas, serta menarik perhatian kaum muda dengan gaya yang lebih modern.

Analisis semiotika terhadap kampanye pasangan Prabowo-Gibran juga mencakup representasi simbolis yang digunakan dalam berbagai media kampanye. Representamen, seperti gambar bersama dan simbol kebersamaan, berfungsi untuk membangun citra pasangan ini sebagai pemimpin yang berani menghadapi tantangan dan mampu bekerja sama dengan berbagai pihak. Simbol-simbol tersebut membantu membentuk persepsi publik bahwa mereka adalah pasangan yang solid dan siap memimpin bangsa menuju keberhasilan. Dalam

analisis objek, pasangan Prabowo-Gibran dapat dilihat sebagai kristalisasi dari partai-partai dengan latar belakang Golkar, yang menciptakan daya tarik emosional bagi pemilih dengan karakter kebangsaan. Pendekatan ini menempatkan pasangan tersebut sebagai representasi dari kebhinekaan dan menjadikan mereka pilihan yang strategis bagi pemilih yang mencari stabilitas dan kesinambungan dalam politik nasional.

Sedangkan dalam analisis interpretan, tanda-tanda kampanye pasangan ini diterima dengan baik oleh sebagian besar masyarakat. Pesan-pesan tentang keberlanjutan, kemajuan, dan ketahanan pangan yang mereka bawa berhasil disampaikan melalui berbagai simbol kampanye. Walaupun masih menjadi bahan perdebatan di kalangan intelektual, tanda-tanda ini telah mampu membentuk persepsi positif di mata publik, yang melihat mereka sebagai pemimpin yang kuat dan berpengalaman. Tanda-tanda kampanye Prabowo-Gibran berhasil mengkomunikasikan inklusivitas dan harmonisasi, yang sangat relevan dengan karakter mayoritas masyarakat Indonesia. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa kampanye Prabowo-Gibran tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan politik, tetapi juga berhasil membangun citra yang kuat dan signifikan dalam mempengaruhi dukungan publik menjelang Pilpres 2024.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye pasangan Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024 menggunakan pendekatan yang efektif dalam memanfaatkan tanda dan simbol politik untuk membangun citra yang positif dan strategis. Analisis semiotika Pierce memberikan pemahaman yang mendalam terkait bagaimana berbagai elemen visual dan verbal dalam kampanye ini digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan politik yang relevan dengan situasi sosial dan politik Indonesia.

Pendekatan semiotika, seperti yang dijelaskan oleh Tinarbuko (2017), menyoroti pentingnya analisis tanda verbal dan visual dalam menyampaikan pesan kepada audiens [1]. Kampanye pasangan Prabowo-Gibran secara konsisten menggunakan tanda-tanda yang mencerminkan keberanian, kolaborasi lintas generasi, dan inklusivitas. Ini terlihat dari penggunaan

warna-warna kebangsaan, seperti merah dan putih, yang merefleksikan nasionalisme dan persatuan, sebuah tema yang sangat relevan dalam lanskap politik Indonesia yang pluralistik [15]. Penelitian ini juga mendukung temuan Andriana, Widyaningtyas, dan Praceka (2015) tentang penggunaan simbol dalam membangun citra politik. Simbol-simbol visual yang digunakan dalam kampanye, seperti gambar kebersamaan antara Prabowo dan Gibran, membantu memperkuat citra mereka sebagai pasangan yang kompak dan saling melengkapi [2]. Selain itu, slogan-slogan kampanye seperti "Pembangunan untuk Kesejahteraan" menegaskan keberlanjutan dari program-program sebelumnya, yang relevan dengan gagasan kesinambungan kebijakan yang diusung oleh pasangan ini.

Dalam hal ini, konsep interpretan yang dijelaskan oleh Sidik (2018) menjadi sangat penting dalam memahami bagaimana pemilih memberikan makna terhadap tanda-tanda kampanye tersebut [3]. Tanda-tanda yang digunakan dalam kampanye Prabowo-Gibran diterima dengan baik oleh masyarakat luas, terutama terkait dengan tema-tema keberlanjutan dan ketahanan pangan, yang menjadi fokus utama dalam retorika kampanye mereka. Ini menunjukkan bahwa tanda-tanda yang digunakan berhasil menciptakan persepsi positif di kalangan publik, meskipun masih menimbulkan diskusi di kalangan akademisi [14].

Selain itu, penelitian ini juga mencerminkan pandangan Aisyah (2016) mengenai makna simbolis dalam konteks budaya. Etika yang ditampilkan Gibran selama debat, misalnya, meskipun dipertanyakan oleh beberapa pihak, tetap dipersepsikan secara positif oleh masyarakat melalui gestur simbolis seperti menyalami dan mencium tangan lawan debatnya [7]. Gestur ini tidak hanya mencerminkan sikap hormat, tetapi juga memperkuat nilai-nilai budaya yang mendasari masyarakat Indonesia, yang sangat menghargai tata krama dan sikap saling menghormati. Dampak dari penggunaan tanda dan simbol dalam kampanye ini sangat signifikan. Menurut Syafiatul Umma (2024), kampanye yang berhasil adalah kampanye yang mampu membangun citra positif dan relevan dengan aspirasi masyarakat [12]. Dalam hal ini, kampanye Prabowo-Gibran telah berhasil memanfaatkan simbol-simbol visual dan verbal untuk menciptakan

citra yang kuat sebagai pemimpin yang inklusif, kolaboratif, dan berkomitmen pada program pembangunan nasional [19]. Ini sejalan dengan temuan Rochmah *et al.* (2023) yang menekankan pentingnya strategi komunikasi politik dalam membentuk opini publik dan mendukung keberhasilan kampanye [17]. Kampanye Prabowo-Gibran memberikan contoh konkret bagaimana penggunaan semiotika dalam politik dapat mempengaruhi persepsi publik dan membangun citra politik yang kuat. Kombinasi elemen visual, verbal, dan tindakan simbolis berhasil menciptakan narasi politik yang resonan dengan masyarakat Indonesia, terutama dalam hal kesinambungan kebijakan, kolaborasi lintas generasi, dan nilai-nilai kebangsaan.

4. Kesimpulan dan Saran

Analisis semiotika Pierce terhadap kampanye pasangan Prabowo-Gibran mengungkap beberapa temuan penting terkait penggunaan tanda-tanda dalam membangun citra politik. Tanda-tanda kampanye, seperti slogan, visual, dan gestur, berhasil menyampaikan pesan-pesan yang berfokus pada ketahanan pangan, kolaborasi, dan pengabdian kepada masyarakat. Tanda-tanda tersebut diinterpretasikan dengan baik oleh pemilih, yang kemudian memandang pasangan Prabowo-Gibran sebagai pemimpin yang kuat, berpengalaman, dan mampu membangun hubungan kerja sama yang efektif. Dalam kerangka semiotika Pierce, tanda-tanda ini berfungsi sebagai representamen yang menghubungkan objek (pesan politik) dengan interpretan (persepsi masyarakat). Dari sudut pandang semiotika Pierce, kampanye Prabowo-Gibran menunjukkan implikasi yang signifikan dalam membangun kepercayaan di kalangan mayoritas masyarakat. Penelitian ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi politik modern sangat dipengaruhi oleh penggunaan simbol dan tanda-tanda, yang memegang peranan kunci dalam membentuk persepsi publik dan opini. Pemahaman yang baik tentang tanda-tanda kampanye ini dapat membantu calon kandidat dan tim kampanye dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk mempengaruhi sikap dan pemikiran pemilih.

Untuk penelitian lebih lanjut, terdapat beberapa saran

yang dapat diambil. Pertama, penelitian dengan cakupan sampel yang lebih luas dan representatif dari berbagai kelompok pemilih akan memberikan pemahaman yang lebih kaya mengenai interpretasi tanda-tanda kampanye. Pendekatan ini juga dapat dikombinasikan dengan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam, untuk menggali lebih jauh bagaimana tanda-tanda tersebut mempengaruhi persepsi dan keputusan politik pemilih. Kedua, penelitian mendatang dapat membandingkan penggunaan tanda-tanda kampanye oleh pasangan calon lain dalam Pilpres 2024, untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang dinamika komunikasi politik. Terakhir, kolaborasi antara ahli semiotika dan ahli politik dapat memperkaya pengembangan teori semiotika politik, dengan memfokuskan pada bagaimana simbol-simbol politik mempengaruhi hasil pemilu dan proses politik secara keseluruhan. Analisis semiotika Pierce tidak hanya menawarkan wawasan dalam melihat bagaimana tanda-tanda digunakan dalam kampanye politik, tetapi juga memberikan alat yang berharga bagi strategi komunikasi politik yang lebih efektif.

5. Daftar Pustaka

- [1] Tinarbuko, S. (2017). Semiotika tanda verbal dan tanda visual iklan layanan masyarakat. *Panggung*, 26(2). <https://doi.org/10.26742/panggung.v26i2.175>
- [2] Andriana, R., Widyaningtyas, M. D., & Praceka, P. A. (2015). Realitas film Jokowi sebagai media kampanye politik (Analisis semiotika Charles Sanders Peirce). *Eprints.untirta.ac.id*. <http://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/530>
- [3] Sidik, A. (2018). Analisis iklan produk shampoo Pantene menggunakan teori semiotika Pierce. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 9(4). <https://doi.org/10.31602/tji.v9i4.1533>
- [4] Sari, W. (2020). Fenomena ekonomi politik komunikasi di Indonesia. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(1), 1–11. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i1.111>
- [5] Rozi, M. F. (2023). Analisis semiotika *cover story* Koran Tempo digital makna kritik dalam pembangunan ibu kota Nusantara. *Repository.uinjkt.ac.id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/75465>
- [6] Syah, A. Z. (2017). Analisis semiotika naratif pesan politik doa HR Muhammad Syafi'i dalam rapat paripurna pembukaan masa persidangan I DPR RI 2016-2017. *Repository.uinjkt.ac.id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/36944>
- [7] Aisyah, S. (2016). Bentuk dan makna simbol dalam dua tradisi lisan etnik Ranau analisis semiotika dan hermeneutika analisis framing berita hukuman kebiri untuk paedofil di *Kompas.com* dan *Republika Online* (Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40290>
- [8] Mulyono, A. (2023). *Minat memilih generasi milenial* (Cetakan Pe). Eureka Media Aksara.
- [9] Gusti, R. H. (2023). *Personal Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial (Analisis Teori Peter Montonya pada Akun Instagram@Ganjar_Pranowo)* (Skripsi, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto). https://eprints.uinsaizu.ac.id/17890/1/gusti_rahmat_hidayatullah_personal_branding_ganjar_pranowo_melalui_media_sosial.pdf
- [10] Hakim, A., & Zamhasari. (2023). Studi prediktif dampak dukungan Jokowi sebagai *outgoing president* terhadap peluang kemenangan kandidat presiden yang didukungnya pada Pilpres 2024. *JOELS: Journal of Election and Leadership*, 4(1), 12–21. <https://doi.org/10.31849/joels.v4i1.12446>

- [11] Asro, Chairuddin, & Robi, P. A. (2023). HCI dan media sosial: Studi kasus analisis sentimen Pilpres 2024 di Twitter menggunakan Naive Bayes classifier. *Jurnal SIMETRIS*, 14(2), 297–309.
- [12] Syafiatul Umma, H. (2024). Dan elektabilitas Muhaimin Iskandar pada Pilpres 2024 di kalangan alumni Ponpes Mamba'ul Ma'arif Denanyar Jombang. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 13(1), 89–123. <https://doi.org/10.15642/jrp.2023.13.1.89-123>.
- [13] Hutaeruk, P., Andrew Christoper, M., & Tranggono, D. (2024). Pengaruh promosi politik partai Gerindra di media sosial Tiktok terhadap sikap mendukung Prabowo Subianto dalam Pilpres 2024. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4, 1807–1815. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8087>.
- [14] Azmah, S. F. N., Ansorihyah, S., & Mayumi, I. (2023). Analisis Wacana Kritis Fairclough dalam Wacana Pilpres 2024 (Studi Kasus Berita di Instagram@ Pinterpolitik). *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 4(2), 45-53. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v4i2.200>.
- [15] Arnanda, A. N. (2023). Political branding akun Instagram @Anies Baswedan dalam isu Pilpres Indonesia 2024. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4), 1–11. <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i4.7544>
- [16] Kusumawardani, V., & Cahyanto, B. (2023). Fenomena Buzzer dan Pilihan Politik Bagi Gen-Z pada Pilpres 2024 dalam Perspektif Agenda Setting. *PROMEDIA (Public Relation dan Media Komunikasi)*, 9(2). <https://doi.org/10.52447/promedia.v9i2.7182>
- [17] Ferdasah, F., & Harmonis, H. (2024). Lobi Dan Negosiasi Jelang Pilpres 2024: Membangun Strategi Dan Peluang Dalam Ruang Komunikasi Politik. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(2), 21-30. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v3i2.2207>
- [18] Anjayani, D., & Hudiyono, Y. (2023). Analisis wacana kritis model Norman Fairclough “Kuda-kuda Prabowo hadapi Anies di Pilpres 2024.” dalam rubrik politik Koran Kaltim edisi Kamis, 09 Maret 2023. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, 2(8), 1069-1078. <https://doi.org/10.53625/jpdsh.v2i8.5937>.
- [19] Yamandharlie, J. N. (2020). *Semiotika Berita Palsu (Hoax) dalam Kartun Editorial Timun di Surat Kabar Kompas Edisi Akhir Pekan, Januari-Maret 2019* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52201>.