

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Baliho merupakan media publikasi yang ukurannya besar dan mampu menarik perhatian masyarakat, selain ukurannya yang besar, baliho ditempatkan pada lokasi strategis (Sutarini, 2019). Masyarakat akan melihat gambar yang diletakkan di lokasi ramai dan sering dilalui orang dengan tujuan utama mampu menarik perhatian masyarakat untuk mengingat calon legislatif. Adapula, (Andu et al., 2019) mengatakan bahwa baliho menjadi alat penyampaian pesan politik antara pemilih dengan calon legislatif guna mempromosikan hal-hal mengenai calon legislatif mulai dari visi & misi hingga wujud citra diri calon legislatif kepada masyarakat.

Peneliti banyak menjumpai baliho yang dirasa tidak sesuai dengan fungsinya sebagai media komunikasi. Banyak baliho yang kurang memuat visi misi, biasanya hanya berisi slogan dan informasi pribadi calon legislatif bahkan ada yang hanya berisi foto gambar diri calon legislatif tersebut. Menurut (Priana & Wijayanti, 2020) salah satu metode agar baliho menarik perhatian masyarakat dilakukan dengan menunjukkan visualisasi yang dengan tampilan yang berbeda atau baru, mampu mencuri perhatian, dan lebih mencolok dibanding baliho serupa lainnya.

Pemilihan Presiden 2024 ini diisi dengan kampanye yang dilakukan oleh calon presiden dan calon legislatif dengan berbagai cara, salah satunya menggunakan media baliho. Sejak bulan November 2023 hingga Februari 2024 pemasangan baliho marak dijumpai di jalanan. Terlihat pada era yang kini dikatakan serba digital pemilihan metode kampanye *offline* menggunakan media iklan luar ruangan baliho masih menjadi pilihan peserta pemilu. Mereka memanfaatkan baliho sebagai sarana mengaspirasikan dirinya kepada masyarakat ataupun ajang untuk promosi diri agar terpilih sebagai anggota legislatif. Selama pesta demokrasi berlangsung banyak peletakkan baliho yang kurang baik hingga menciptakan disorganisasi sehingga kurang indah saat

dipandang oleh masyarakat. Masalah ini menjadi pertanyaan tentang efektivitas penggunaan baliho pada masa pilpres dan pileg dengan mengukur dari segi kualitas baliho bukan kuantitasnya.

Idris Sandiya menjadi salah seorang politisi yang memanfaatkan baliho sebagai alat kampanyenya. Idris Sandiya merupakan calon legislatif DPR-RI 2024 Dapil Jawa Barat 6 Kota Depok dan Kota Bekasi. Idris Sandiya menggunakan baliho untuk meningkatkan citra diri dan menarik perhatian masyarakat yang menjadi sasaran kampanyenya untuk memilih Idris Sandiya sebagai Caleg DPR-RI 2024.

Idris Sandiya sendiri melalui kampanye yang dilakukan oleh tim suksesnya membangun citra yang dapat dikatakan kreatif dan menarik. Anak-anak muda yang tergabung dalam Gerakan Relawan Idris Sandiya (Gerilya) terus berkreasi dalam kampanye, contohnya blusukan yang dilakukan di Jatiluhur, Kota Bekasi dengan melibatkan komunitas ondel-ondel dan musik rebana. Adapun kegiatan lainnya dengan mengajak pemusik angklung untuk mensosialisasikan Caleg DPR RI Dapil VI Jabar Idris Sandiya kepada warga. Koordinator Gerilya M Bilal mengatakan ini memang salah satu bentuk kampanye kreatif. Cara seperti ini merupakan aspirasi dari anak-anak muda Gerilya, agar pemilu disambut dengan riang gembira. Di samping, tujuan utamanya, tentu agar masyarakat memilih Idris Sandiya.

Menurut data dari Lingkaran Survei Indonesia (LSI), kampanye Idris Sandiya menjadi panutan caleg lainnya. Program kampanye Idris Sandiya sangat kreatif dan inovatif, pesan yang disampaikan juga sangat kuat dan bermakna. Salah satu keunggulan program kampanye yang Idris Sandiya miliki adalah pendekatannya yang tidak hanya mengandalkan ruang publik secara massif seperti program kampanye Caleg lainnya. Idris Sandiya ikut aktif turun ke masyarakat dengan tidak melibatkan banyak orang tetapi mampu menciptakan efek simpati yang kuat kepada publik (Sadewo, 2023)

Dari kampanye yang menarik dari Idris Sandiya dengan nuansa kreatif dan inovatif tersebut membuat pertanyaan peneliti apakah kampanye media cetak luar ruangnya akan tetap memberi pengaruh positif bagi citra diri Idris

Sandiya sebagai Caleg DPR RI. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti meneliti baliho Idris Sandiya yang massif tersebut apakah masih dilihat dan dinilai oleh masyarakat sehingga memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan citra diri Idris Sandiya sebagai Caleg DPR-RI 2024.

Berikut adalah tampilan baliho milik Idris Sandiya dalam masa kampanye 2024.



**Gambar 1. 1** Baliho Idris Sandiya Tahun 2024

Dari baliho berikut pastinya masyarakat dapat mengintrepetasikannya dengan berbeda-beda setelah melihat foto Idris Sandiya dengan isi pesan yang tertera. Dalam penggunaan baliho pasti dilakukan untuk mencapai suatu tujuan promosi, dari contoh baliho kampanye pastinya tujuan utamanya untuk mempromosikan diri caleg. Selain visi dan misi pastinya sosok seseorang yang ada dalam baliho pasti dilihat maka dari itu gambaran diri atau citra diri juga menjadi salah satu hal penting dari baliho. Jika citra diri dikaitkan dengan pribadi calon legislatif berarti itu adalah salah satu bentuk usaha seorang caleg untuk menampilkan gambaran tentang dirinya kepada masyarakat. Masyarakat kini dihadapkan dengan percepatan teknologi dan keterbukaan informasi dimana opini bisa segera berkembang menjadi opini publik, maka peran pendukung seperti praktisi hubungan masyarakat sangatlah bermanfaat agar

pengelolaan opini publik dapat menciptakan penilaian baik terhadap lembaga atau organisasi (Sari & Soegiarto, 2019). Artinya dengan kesan dan sikap positif yang terpancar dari baliho dapat mendukung seseorang dalam meningkatkan citra positif bagi publik. Keterkaitan caleg dengan citra diri ini menjadi pertanyaan peneliti apakah melalui baliho kampanye caleg dapat menampilkan citra dirinya. Dari baliho ini peneliti mencoba untuk mengukur efektivitas pesan komunikasi visual dari dampak komunikasi yang ditimbulkan setelah melihat baliho Idris Sandiia dengan metode EPIC Model. Teori EPIC menjadi pilihan yang tepat dalam mengukur efektivitas periklanan dengan menggunakan empat dimensi yaitu Empathy, Persuasion, Impact dan Communication. Teori ini membantu pengukuran kualitas baliho dari segi respon masyarakat yang melihatnya.

Menurut peneliti, gambaran diri atau citra dapat terwujud melalui penyampaian pesan yang ditampilkan lewat berbagai media promosi yang cakupannya luas seperti media massa cetak atau elektronik yang dapat membantu pembentukan, pertahanan atau membangun kembali citra diri melalui pesan maupun visual. Adapun penelitian yang relevan berjudul 'Efektivitas Iklan Baliho Grace Natalie Dalam Meningkatkan Citra Diri Sebagai Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia Tahun 2019' menurut penelitian ini terlihat bahwa penyampaian iklan Grace Natalie menggunakan media billboard efektif meningkatnya citra diri Grace Natalie sebagai Ketua Partai Solidaritas Indonesia (PSI) (Priana & Wijayanti, 2020).

Seberapa efektif baliho memperkenalkan Idris Sandiia sebagai Caleg DPR-RI 2024 perlu dicari tahu. Dengan ini, peneliti ingin membahas lebih lanjut permasalahan ini dengan meneliti efektivitas baliho Idris Sandiia dalam meningkatkan citra dirinya sebagai Caleg DPR-RI 2024 Dapil Jabar 6 Kota Depok dan Kota Bekasi.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini: Bagaimana efektivitas baliho dalam meningkatkan citra diri Idris Sandiia

sebagai Calon Legislatif DPR RI 2024 Dapil Jabar 6 Kota Depok dan Kota Bekasi.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini terfokus, terarah, dan tidak keluar dari ruang lingkup pembahasan yang dimaksudkan maka peneliti membatasi masalah pada penelitian kepada efektivitas baliho dalam meningkatkan citra diri Idris Sandiyya sebagai calon legislatif DPR-RI 2024 Dapil Jabar 6 Kota Depok dan Kota Bekasi.

### **1.4 Hipotesis**

H<sub>0</sub> : Baliho milik Idris Sandiyya tidak efektif dalam meningkatkan citra diri.

H<sub>a</sub> : Baliho milik Idris Sandiyya efektif dalam meningkatkan citra diri.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efektivitas penggunaan baliho dalam meningkatkan citra diri untuk kampanye Idris Sandiyya dalam pemilihan calon legislatif DPR RI Dapil Jabar 6 Kota Depok dan Kota Bekasi.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1 Manfaat Akademis**

Dari penelitian peneliti berharap dapat bermanfaat dan memberi andil yang signifikan mengenai efektivitas penggunaan media baliho dalam meningkatkan citra diri. Dari partisipasi tersebut peneliti berharap dapat bermanfaat untuk menambah wawasan tentang ilmu-ilmu periklanan dan pemanfaatan media dalam peningkatan citra diri.

#### **1.6.2 Manfaat Praktik**

Dari penelitian peneliti berharap dapat memberikan tambahan pengetahuan kepada ahli atau masyarakat dalam mengukur efektivitas penggunaan media periklanan baliho dan sebagai sumber informasi untuk memilih media komunikasi yang tepat.