

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilu merupakan bentuk pesta demokrasi yang dilakukan untuk menentukan wakil rakyat dan pejabat pemerintahan yang secara langsung dipilih oleh warga negara sebagai bentuk penyampaian suara mereka dalam menentukan pemimpin negara. Sebelum pelaksanaannya, para kandidat dipersilahkan untuk berkampanye sebagai upaya menarik perhatian pemilih. Melalui kampanye, peserta pemilu menyampaikan visi, misi, dan juga rencana program yang akan dilakukan apabila terpilih. Penyampaian tersebut dapat dilakukan melalui forum dialog, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan alat peraga kampanye (APK) berupa papan reklame, baliho, dan spanduk yang dipasang di ruang publik.

Masifnya penggunaan baliho oleh para peserta pemilu menunjukkan bahwa media ini dipandang sebagai sarana yang strategis untuk menampilkan citra kandidat secara visual di ruang publik (Manavirad & Madadi, 2021). Keberadaan baliho di lokasi-lokasi tertentu menandai upaya kehadiran visual kandidat dalam lanskap perkotaan dan menjadi bagian dari praktik kampanye luar ruang.

Secara umum, baliho dan spanduk yang dipasang di ruang publik berfungsi sebagai medium visual yang menampilkan representasi diri kandidat dalam konteks kampanye politik. Menurut Gudis (2004), papan reklame bukan sekadar alat promosi, tetapi juga berperan dalam membentuk lanskap visual perkotaan serta merefleksikan nilai dan praktik sosial masyarakat. Dalam konteks komunikasi visual dan semiotika sosial, baliho kampanye menjadi elemen yang menonjol karena tampil mencolok di ruang publik dan hadir secara berulang dalam aktivitas keseharian masyarakat. Keberadaan ini menjadikan baliho sebagai bagian dari lingkungan visual yang sarat dengan potensi pembentukan makna.

Meskipun baliho kampanye telah lama menjadi bagian dari praktik komunikasi politik, kajian akademik masih cenderung memusatkan perhatian pada pesan verbal, strategi kampanye, atau media digital. Analisis yang menempatkan elemen visual sebagai sistem makna yang terstruktur dan terintegrasi relatif terbatas, khususnya dalam konteks alat peraga kampanye luar ruang. Padahal,

baliho dan spanduk menyajikan relasi visual yang kompleks melalui pengaturan representasi, interaksi visual, dan komposisi makna. Oleh karena itu, penelitian yang mengkaji kampanye politik melalui pendekatan semiotika sosial visual menjadi penting untuk memahami bagaimana makna dan citra politik dibangun melalui integrasi elemen visual di ruang publik.

1.2. Fokus dan Sub-Fokus penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis elemen-elemen visual dalam alat peraga kampanye (APK) pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada Pemilu Presiden 2024. Fokus analisis diarahkan pada bagaimana makna visual dibangun melalui metafungsi representasional, interpersonal, dan komposisional dalam baliho dan spanduk kampanye.

Berdasarkan kerangka Multimodal Discourse Analysis (MDA), penelitian ini dibatasi pada dimensi tekstual visual, sementara dimensi praktik diskursif dan praktik sosial budaya tidak menjadi bagian dari fokus penelitian. Pembatasan ini dilakukan agar analisis dapat terarah pada struktur dan integrasi makna visual sebagai fondasi awal bagi kajian lanjutan.

Objek penelitian dibatasi pada APK pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar (AMIN). APK pasangan calon lainnya tidak menjadi bagian dari penelitian ini karena penelitian tidak bersifat komparatif.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana metafungsi representasional dalam APK paslon AMIN merepresentasikan ideologi politik paslon?
2. Bagaimana metafungsi interpersonal dalam APK paslon AMIN membangun hubungan dengan pemilih melalui elemen visual?
3. Bagaimana metafungsi komposisional dalam APK paslon AMIN mengarahkan perhatian pemilih terhadap pesan kampanye?
4. Bagaimana ketiga metafungsi tersebut bekerja bersama dalam membentuk citra politik paslon AMIN?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana metafungsi representasional dalam APK paslon AMIN merepresentasikan ideologi politik paslon.
2. Menganalisis bagaimana metafungsi interpersonal dalam APK paslon AMIN membangun hubungan dengan pemilih melalui elemen visual.
3. Menganalisis bagaimana metafungsi komposisional dalam APK paslon AMIN mengarahkan perhatian pemilih terhadap pesan kampanye.
4. Mengidentifikasi cara kerja ketiga metafungsi visual—representasional, interpersonal, dan komposisional—secara terpadu dalam membentuk citra politik pasangan calon AMIN.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi visual dan analisis wacana multimodal, khususnya melalui penerapan pendekatan semiotika sosial visual dalam konteks kampanye politik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana metafungsi visual—representasional, interpersonal, dan komposisional—bekerja secara terintegrasi dalam membangun makna dan citra politik pada alat peraga kampanye luar ruang.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan awal bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji kampanye politik berbasis visual, khususnya pada media luar ruang. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan gambaran analitis mengenai struktur makna visual dalam alat peraga kampanye yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan refleksi dalam studi komunikasi visual dan politik.

1.6. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada analisis elemen-elemen visual dalam alat peraga kampanye (APK) berupa baliho dan spanduk pasangan calon presiden dan wakil presiden Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar (AMIN) pada Pemilu Presiden 2024. Ruang lingkup analisis difokuskan pada dimensi tekstual visual dengan

menggunakan kerangka analisis semiotika sosial visual dalam Multimodal Discourse Analysis (MDA).

Penelitian ini hanya mengkaji bagaimana makna dibangun melalui metafungsi visual representasional, interpersonal, dan komposisional yang terdapat dalam elemen visual APK. Dimensi praktik diskursif dan praktik sosial budaya, termasuk penerimaan audiens, efektivitas kampanye, serta dampak psikologis atau elektoral dari APK, tidak menjadi bagian dari ruang lingkup penelitian ini. Selain itu, penelitian ini tidak bersifat komparatif, sehingga APK pasangan calon presiden dan wakil presiden lainnya tidak dianalisis.

1.7. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam enam bab dengan sistematika sebagai berikut. Bab I berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang penelitian, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan. Bab II membahas landasan teoretis yang mencakup kajian mengenai *Systemic Functional Linguistic* (SFL), *Multimodal Discourse Analysis* (MDA), semiotika sosial visual beserta konsep metafungsi visual, korelasi MDA dengan teori semiotika sosial visual, kelebihan dan keterbatasan teori yang digunakan, ideologi dan citra politik dalam komunikasi visual, serta penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar penyusunan kerangka konseptual penelitian. Bab III menjelaskan metodologi penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, latar penelitian, objek dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pola penulisan hasil, pemeriksaan keabsahan data, prosedur penelitian, dan etika penelitian. Bab IV menyajikan hasil analisis data berupa pemaparan dan deskripsi elemen-elemen visual dalam alat peraga kampanye yang dianalisis berdasarkan metafungsi visual. Bab V berisi pembahasan hasil penelitian yang menginterpretasikan temuan analisis dengan mengaitkannya pada kerangka teoretis dan penelitian terdahulu, serta diakhiri dengan simpulan dan saran. Bab VI berisi penutup yang mencakup kesimpulan penelitian, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.