

Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Politik Melalui Media Luar Ruang Baliho Kandidat Calon Presiden 2024 = Communication Strategy of Political Campaigns Through Outdoor Media Billboards for Presidential Candidates 2024

Achmad Nafhis Ubaydillah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537857&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi komunikasi dalam kampanye politik merupakan hal yang penting dilakukan oleh para tokoh politik terutama dalam meningkatkan pengenalan dirinya kepada para konstituen (pemilih). Adapun seperti Kegiatan kampanye politik yang dilakukan oleh para tokoh politik pun menggunakan bermacam – macam cara agar dapat menarik perhatian dari konstituen salah satunya menggunakan baliho. Menjelang pesta demokrasi di Indonesia terkait dengan pemilihan Presiden Indonesia 2024 dimana berbagai tokoh politik seperti Puan Maharani, Airlangga Hartarto, Muhaimin Iskandar, dan Agus Harimurti Yudhoyono mulai melakukan kampanye politik menggunakan media baliho dimana baliho adalah sebuah bentuk media dalam kampanye politik yang sifatnya besar, tidak perlu mengakses melalui perangkat digital, dan terpampang langsung di hadapan masyarakat. Penggunaan baliho yang sifatnya menarik konstituen dari berbagai kalangan diperlukan kalimat – kalimat menarik dan juga komposisi dari muatan pesan baik yang sifatnya implisit maupun eksplisit dalam baliho. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pesan – pesan baik secara verbal maupun non verbal eksplisit maupun implisit pada baliho empat kandidat tokoh politik Puan Maharani, Airlangga Hartarto, Muhaimin Iskandar, dan Agus Harimurti Yudhoyono. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisa yaitu teknik analisis tekstual oleh Alan McKee. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa isi dari baliho tokoh politik calon kandidat pilpres 2024 yang mengandung unsur tertentu. Rekomendasi yang diharapkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan isi dari baliho tokoh politik menjelang pemilihan presiden 2024.

.....Communication strategy in political campaigning was an important thing for political figures to did, especially in increasing their self-knowledge to their constituents (voters). Political campaign activities carried out by political figures also used various ways to attract the attention of constituents, one of which was used billboards. Ahead of the democratic party in indonesia related to the 2024 Indonesian presidential election where various political figures such as Puan Maharani, Airlangga Hartarto, Muhaimin Iskandar, and Agus Harimurti Yudhoyono began to carried out political campaigns used billboards media where billboards were a form of media in political campaigns that were large in nature, no needed to access online, and displayed directly in front of the public. The used of billboards that attract constituents from various circles requires interesting sentences and also the composition of the message content, both implicit and explicit in billboards. The purpose of the studied was to analyze the messages, both verbal and non-verbal, explicit and implicit, on the billboards of four political leaders, Puan Maharani, Airlangga Hartarto, Muhaimin Iskandar, and Agus Harimurti Yudhoyono. As well as the methodology of this researched used qualitative researched methods used analytical techniques, namely textual analysis techniques by Alan McKee. The results of this studied showed that the contents of the billboards of political figures as candidates for the 2024 presidential election contain certain elements. The recommendations expected in this studied aimed to describe the content of political figures billboards towards The 2024 Presidential Election