

COMMUNICATIONS

Analisis Semiotika pada Iklan Politik Prabowo-Gibran di Instagram

^{1*}Sindu Lintang Ismoyo, ²Assalova Schissandra Zahra

^{1,2} Program Studi Magister Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa, Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 55281, Indonesia

*Corresponding author email: sindulintangismoyo@mail.ugm.ac.id

ARTICLE INFO

Received on May 21, 2025

Received in revised from July 30, 2025

Accepted July 30, 2025

Published on July 31, 2025

Keywords:

political communication,
social media,
semiotics,
Prabowo-Gibran,
Instagram

How to cite this article: Ismoyo, S.L., & Zahra, A.S.
Analisis Semiotika pada Iklan Politik Prabowo-Gibran di Instagram. Communications 7(2), 194-215



ABSTRACT

This study examines the political campaign strategies of the presidential and vice-presidential candidates, Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka, on Instagram during the 2024 Indonesian presidential election. Using a descriptive qualitative approach and structural semiotic analysis, this research focuses on the use of text and visuals in political advertisements to understand how these messages interact and

influence public perceptions of the candidates. The research samples were purposively selected, focusing on posts that combine significant verbal and visual elements. This study identifies and analyses the denotation and connotation of signs used in the advertisements and examines the relationship between visual and verbal messages in constructing political imagery. The findings reveal variations in the effectiveness of visual and verbal signs, influencing the advertisements' ability to support the candidates' image and campaign messages. This research provides new insights into the dynamics of political communication in the digital era and its contribution to campaign strategies on social media.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi kampanye politik pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka di media sosial Instagram selama pemilihan umum presiden dan wakil presiden Indonesia tahun 2024. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis semiotika struktural, penelitian ini memfokuskan pada penggunaan teks dan visual dalam iklan politik untuk memahami bagaimana pesan-pesan tersebut berinteraksi dan mempengaruhi persepsi publik terhadap kandidat. Sampel penelitian dipilih secara purposif, dengan fokus pada

ungkapan yang menggabungkan elemen verbal dan visual yang signifikan. Penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis denotasi dan konotasi dari tanda-tanda yang digunakan dalam iklan, serta memeriksa hubungan antara pesan visual dan verbal dalam menciptakan pencitraan politik. Hasil menunjukkan bahwa terdapat variasi dalam efektivitas penggunaan tanda visual dan verbal, yang mempengaruhi kemampuan iklan untuk mendukung citra dan pesan kampanye. Penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai dinamika

komunikasi politik di era digital dan kontribusinya terhadap strategi kampanye di media sosial.

PENDAHULUAN

Dalam pemilihan umum presiden Indonesia tahun 2024, pasangan calon presiden dan wakil presiden secara intens menampilkan iklan kampanye mereka melalui berbagai media, termasuk media cetak, televisi, dan internet. Dalam sekian banyak media yang ada, media internet menjadi salah satu media yang paling sering digunakan, karena media ini memungkinkan penyampaian pesan verbal dan visual secara simultan kepada audiens yang beragam dan memiliki potensi untuk mencapai jumlah penonton yang lebih besar (Stockemer, 2018). Dengan kemampuannya untuk menjangkau khalayak yang luas, media internet menjadi alat penting bagi kampanye politik dalam mempengaruhi opini publik dan memperoleh dukungan. Fenomena ini didukung oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan kampanye politik menjangkau masyarakat secara efektif melalui media internet (Girardin, 2018).

Penggunaan media internet dalam kampanye politik di Indonesia telah menjadi suatu praktik umum di kalangan para kandidat untuk menyebarkan informasi terkait dengan kampanye politik mereka dan membangun citra diri di mata masyarakat pemilih maupun calon pemilih (Ismoyo, 2024). Menurut Sartini (2013), strategi pencitraan memiliki peran krusial dalam memengaruhi perilaku manusia dalam proses pemilihan, di mana setiap individu berupaya untuk menciptakan kesan yang positif di mata masyarakat. Pencitraan positif menjadi alat yang penting bagi para kandidat dalam upaya mereka membentuk citra yang menguntungkan di mata pemilih.

Salah satu platform media sosial yang sangat populer dan banyak digunakan untuk membangun citra serta mempromosikan kandidat adalah media sosial Instagram. Menurut penelitian oleh Rostiana dan Purwanto (2020), penggunaan media sosial Instagram dalam

kampanye politik di Indonesia telah menjadi fenomena yang signifikan. Mereka menemukan bahwa kandidat-kandidat politik aktif memanfaatkan platform ini untuk memperkenalkan diri, menyebarkan visi dan program kerja, serta membangun citra yang diinginkan di mata pemilih. Selain itu, hasil survei oleh Yuliasuti et al. (2019) juga menunjukkan bahwa media sosial, termasuk Instagram, menjadi salah satu sumber informasi utama bagi pemilih muda Indonesia dalam menentukan pilihannya di pemilihan umum.

Kampanye iklan politik melalui media Instagram telah menjadi strategi yang digunakan oleh para kandidat dalam pemilihan presiden Indonesia tahun 2024, termasuk pasangan nomor urut 02 yang juga menjadi pemenang kontestasi pilpres, yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Berdasarkan observasi awal, Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran tampak sangat aktif dalam memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi politik mereka. Platform Instagram, yang didominasi oleh konten visual seperti gambar dan video, dimanfaatkan secara intensif oleh pasangan calon ini sebagai alat kampanye yang efektif. Melalui platform ini, mereka tidak hanya menyampaikan informasi secara langsung kepada publik, tetapi juga mendokumentasikan dan menyebarluaskan liputan dari berbagai media lain, termasuk berita televisi, dalam format yang mudah diakses oleh pengguna Instagram. Selain itu, pasangan calon ini memanfaatkan Instagram untuk membagikan momen-momen kampanye dalam bentuk foto dan video, yang mencakup interaksi mereka dengan masyarakat di berbagai lokasi dan acara. Semua aktivitas ini dirancang secara strategis untuk memperkuat citra kandidat, membangun kedekatan dengan pemilih, serta menciptakan narasi visual yang positif selama masa kampanye. Upaya ini penting untuk menarik perhatian publik dan menginformasikan visi serta nilai yang diusung kandidat, sehingga dapat membangun citra yang diharapkan di mata masyarakat pemilih maupun calon pemilih (Loesch, 2024).



Gambar 1. Prabowo-Gibran di Pemilihan Umum 2024

Sumber: www.republika.co.id (2024)

Melalui identifikasi awal, terlihat bahwa tim sukses Prabowo-Gibran telah menggunakan berbagai strategi, pendekatan, dan konten visual yang beragam dalam menjalankan kampanye mereka.. Berbagai pendekatan kreatif digunakan, mulai dari pemilihan tema visual, gaya penyajian gambar, hingga jenis pesan yang disampaikan untuk menjangkau segmen audiens yang lebih luas. Beberapa akun instagram tim sukses prabowo yang menjadi ujung tombak kampanye di media sosial instagram diantaranya akun bernama; *@official_prabowogibran*, *@dekade08*, *@prabowo.gibran2*, dan beberapa lainnya. Konten yang diunggah oleh tim sukses pasangan ini, beserta komentar-komentar yang muncul, berfungsi sebagai 'tanda' yang membawa makna tertentu bagi audiens. Setiap gambar dan video yang mereka bagikan dapat dipahami sebagai media komunikasi yang menyampaikan pesan penting dari pasangan calon kepada para pengikut mereka. Melalui konten visual ini, pasangan calon berusaha membangun narasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga memuat elemen pencitraan dan simbolisme. Konten tersebut, baik secara tersurat maupun tersirat, mencerminkan nilai-nilai, visi, dan karakteristik yang ingin mereka asosiasikan dengan diri mereka, sehingga mampu mempengaruhi persepsi publik secara efektif di ranah media sosial.

Berdasarkan hal tersebut, analisis semiotika menjadi penting dalam memahami pesan politik yang disampaikan oleh TKN Prabowo-Gibran melalui media sosial Instagram. Analisis semiotika memungkinkan kita untuk menggali makna yang terkandung dalam tanda-tanda visual yang diunggah oleh pasangan calon dan bagaimana hal tersebut memengaruhi persepsi publik terhadap mereka. Mengutip dari Barker (2016), bahwa analisis semiotika dapat digunakan untuk mengidentifikasi simbol-simbol yang digunakan dalam kampanye politik dan bagaimana simbol-simbol tersebut memberikan pengaruh terhadap pemilih.

Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai media kampanye politik tidak hanya menawarkan platform untuk berkomunikasi dengan pemilih, tetapi juga membuka peluang untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi yang digunakan oleh para kandidat dan dampaknya dalam proses pemilihan. Ini penting karena memahami bagaimana pesan politik disampaikan dan diterima oleh masyarakat dapat membantu dalam mengevaluasi efektivitas kampanye dan merumuskan strategi yang lebih baik untuk memengaruhi opini publik.

KERANGKA KONSEPTUAL

Semiotika adalah studi yang berfokus pada tanda-tanda dan cara tanda-tanda tersebut berfungsi dalam kehidupan manusia (Chandler, 2022). Sebagai makhluk yang memiliki kemampuan berpikir simbolis, manusia dapat memberikan makna pada berbagai fenomena sosial, budaya, dan alamiah di sekitarnya. Dalam kajian semiotika, perhatian diarahkan pada konten tanda, penggunaannya, serta proses pembentukan maknanya, mulai dari tingkat tanda individu hingga sistem pertandaan yang lebih kompleks, termasuk struktur yang dihasilkan dari interaksi antar tanda (Ariello, 2020). Dalam ranah komunikasi, khususnya dalam iklan politik, teori semiotika menjadi alat penting untuk menganalisis dan memahami simbol, tanda, dan pesan yang disampaikan melalui media kampanye (Egea-Medrano et al., 2021).

Pendekatan semiotika terhadap tanda, makna, dan hubungan manusia dengan simbol dapat dibagi menjadi tiga aliran utama: struktural, pragmatis, dan kombinasi keduanya. Struktur dipahami sebagai konstruksi abstrak yang terdiri dari elemen-elemen yang saling berhubungan dan membentuk suatu kesatuan yang terorganisasi. Dalam semiotika struktural, terdapat tujuh kaidah analisis yang menjadi landasan utama, yaitu imanensi, pertinensi, komutasi, kompatibilitas, integrasi, diakronis, dan fungsi. Dalam dunia fotografi, Roland Barthes (2010) mengemukakan tiga bentuk konotasi foto: perseptif, kognitif, dan etis. Ketika foto disandingkan dengan bahasa verbal, teks dapat berfungsi sebagai penambat (*anchorage*), yang mengarahkan pembaca pada makna yang telah dipersiapkan, serta sebagai penghubung (*relay*), yang mengurai berbagai makna dalam serangkaian pesan yang tidak tersirat dalam gambar itu sendiri.

Tabel 1. Analisis semiotika struktural

Sumber: Sindu Lintang Ismoyo, 2024

PRINSIP SEMIOTIKA STRUKTURAL	
Imanensi	Berorientasi pada pengkajian struktur internal dalam suatu sistem tanda dari perspektif sinkronik. Artinya, analisis imanensi difokuskan pada elemen-elemen yang ada dalam sistem tanda secara mandiri, tanpa melibatkan faktor eksternal seperti konteks historis, sosial, atau budaya. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami hubungan antarbagian dalam sistem tanda tersebut pada satu waktu tertentu.
Pertinensi	Memfokuskan pada fitur-fitur pembeda dalam suatu sistem tanda. Setiap elemen atau fitur dalam sistem memiliki nilai pembeda yang signifikan, yang membuatnya dapat dikenali dan memberikan makna yang berbeda dari elemen lainnya.

Komutasi	Melibatkan analisis atas dua pasangan elemen yang saling berhubungan. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi perbedaan-perbedaan makna yang muncul ketika elemen-elemen tersebut dipertukarkan dalam struktur tertentu.
Kompabilitas	Menelaah aturan dan prinsip yang memungkinkan penggabungan elemen-elemen dalam teks atau struktur tanda tertentu. Prinsip ini memastikan bahwa elemen-elemen dapat digabungkan atau dirangkai secara logis dan kohesif dalam suatu sistem tanda.
Integrasi	Mengamati bahwa struktur dasar dalam sistem tanda harus menyatu dengan totalitas sistem untuk mencapai makna yang utuh. Integrasi ini penting agar setiap elemen dalam sistem tanda bekerja secara menyeluruh dan mendukung makna keseluruhan.
Diakronis	Menggunakan perubahan waktu sebagai dasar dalam analisis, walaupun analisis tetap berfokus secara sinkronik. Prinsip ini melihat bagaimana perkembangan atau perubahan elemen dalam sistem tanda dapat memengaruhi makna pada waktu tertentu.
Fungsi	Mengkaji nilai komunikasi yang disampaikan oleh sistem tanda dan fungsi-fungsi lain yang ada dalam sistem tersebut. Prinsip ini membantu memahami peran tiap elemen dan bagaimana mereka berkontribusi pada efektivitas penyampaian pesan dalam suatu struktur tanda.

Dengan memperhatikan prinsip-prinsip semiotika struktural tersebut, penelitian ini menggali makna-makna yang terkandung dalam unggahan politik Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran di Instagram. Analisis dilakukan secara mendalam untuk memahami bagaimana struktur tanda-tanda dalam unggahan tersebut saling terintegrasi, bagaimana hubungan antar elemen tanda menciptakan makna, serta bagaimana perubahan konteks waktu turut memengaruhi interpretasi tanda. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi fungsi-fungsi komunikatif dari sistem tanda yang digunakan, guna mengeksplorasi efektivitas unggahan dalam membangun citra politik dan menyampaikan pesan kepada khalayak.

METODE

Metode penelitian yang digunakan untuk mendalami fenomena ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus. Pendekatan deskriptif, sebagaimana dijelaskan oleh Elliot dan Timulak (2021), bertujuan untuk menggali secara mendalam karakteristik serta data yang berkaitan dengan konteks atau wilayah yang sedang diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti

untuk memahami kompleksitas fenomena secara terperinci dengan mempertimbangkan aspek-aspek spesifik dari objek kajian. Dalam konteks kampanye politik di media sosial Instagram, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk secara mendalam menganalisis strategi komunikasi, konten kampanye, dan interaksi dengan pengikut. Pengumpulan data melalui analisis konten, studi pustaka dan literatur akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana pasangan calon memanfaatkan Instagram dalam upaya mereka memengaruhi opini publik.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah semiotika struktural, dengan dasar teori dari Ferdinand de Saussure dan Roland Barthes. Teori Saussure tentang tanda, yang mencakup konsep "penanda" (*signifier*) dan "petanda" (*signified*), digunakan untuk menganalisis makna literal yang ditampilkan dalam konten kampanye. Sementara itu, teori Barthes memperkaya analisis dengan konsep denotasi dan konotasi, memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang lebih dalam dan simbolik dari tanda-tanda visual dan verbal (Romdhoni, 2019). Kombinasi kedua teori ini membantu dalam memahami bagaimana elemen-elemen kampanye menciptakan lapisan makna yang tidak hanya informatif tetapi juga memengaruhi citra dan persepsi kandidat di mata publik. Analisis semiotika menjadi alat penting dalam memahami makna yang terkandung dalam konten yang diunggah di Instagram. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi simbol-simbol yang digunakan dalam kampanye politik dan bagaimana simbol-simbol tersebut memengaruhi persepsi dan tanggapan pengikut.

Penelitian ini mengandalkan pengumpulan data melalui dokumentasi sumber primer, yakni data yang diperoleh langsung oleh peneliti (Sugiyono, 2011). Dalam hal ini, sumber primer berupa unggahan gambar dari akun Instagram Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran, yang didokumentasikan dengan menyimpan gambar-gambar tersebut ke dalam memori komputer. Proses ini dilakukan untuk memudahkan akses data tanpa harus bergantung pada koneksi internet.

Seluruh unggahan gambar pada akun Instagram pasangan calon diperlakukan sebagai populasi. Namun, tidak semua unggahan dijadikan objek kajian. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih sampel secara selektif. Kriteria pemilihan sampel meliputi dua hal utama: (1) unggahan gambar yang mengandung elemen teks untuk dianalisis keterkaitan antara tanda verbal dan visual, serta (2) unggahan yang menampilkan sosok pasangan calon, baik bersama-sama maupun salah satu di antaranya. Penetapan kriteria ini

bertujuan memastikan bahwa sampel relevan dengan tujuan penelitian, yakni mengungkap hubungan elemen visual dan verbal dalam membentuk citra politik pasangan calon.

Analisis dalam penelitian ini difokuskan pada konten teks dan visual sebagai variabel utama, tanpa menyertakan elemen logo kampanye. Teknik interpretatif-objektif diterapkan untuk meminimalkan bias subjektivitas peneliti terhadap data. Proses analisis terbagi dalam dua aspek utama:

Pada tahap awal, analisis dilakukan menggunakan teori Ferdinand de Saussure. Peneliti mengidentifikasi penanda (*signifier*) dari setiap unggahan untuk menginterpretasikan makna denotatif, yaitu makna literal yang langsung terlihat dari elemen visual maupun verbal.

Analisis dilanjutkan ke tingkat makna konotatif, di mana peneliti menafsirkan makna mendalam dari hubungan antara tanda visual (seperti foto atau ilustrasi) dan tanda verbal (teks) dalam unggahan. Fokusnya adalah menilai seberapa kuat hubungan asosiatif antara kedua elemen tersebut dalam menyampaikan pesan atau membangun citra tertentu.

Untuk memperkuat hasil analisis, penelitian ini juga menerapkan tujuh kaidah semiotika struktural, yakni: imanensi, pertinensi, komutasi, kompatibilitas, integrasi, diakronis, dan fungsi. Penerapan kaidah ini bertujuan memastikan bahwa setiap elemen tanda dianalisis secara menyeluruh dan mendalam. Hasil analisis ini menjadi landasan dalam merumuskan temuan akhir penelitian, memberikan wawasan mengenai strategi komunikasi visual yang digunakan dalam kampanye pasangan calon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Teknik ini dipilih agar dapat memperoleh sampel yang secara spesifik sesuai dengan tujuan penelitian. Terdapat dua kriteria utama dalam pemilihan sampel: (1) unggahan gambar yang menggunakan unsur teks, kriteria ini dipilih untuk menganalisis hubungan antara tanda verbal (teks) dan visual dalam konteks iklan politik. Dengan adanya teks dalam gambar, diharapkan dapat terlihat bagaimana elemen verbal berinteraksi dengan visual untuk menyampaikan pesan tertentu kepada audiens, dan (2) unggahan yang menampilkan sosok pasangan atau salah satu di antaranya.

Dalam tahap analisis data, dipilih tiga objek iklan politik Prabowo-Gibran yang dianggap paling representatif untuk dianalisis. Pemilihan tiga objek ini dilakukan berdasarkan variasi dan

kekayaan elemen visual serta verbal yang ada, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi komunikasi visual dan makna yang disampaikan dalam iklan-iklan tersebut.

a. Analisis Iklan 1: Jangan Lupa Nomor 2



Gambar 2. Poster Prabowo-Gibran Jangan lupa Nomor 2

Sumber: instagram @prabowo.gibran2 (2024)

Makna Denotatif	
Tanda Visual	<p>Unggahan ini menampilkan sosok Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka yang diposisikan di sebelah kiri dan kanan dengan tampilan mendominasi. Mereka mengenakan pakaian serupa: kemeja biru muda dan celana jeans biru, memberikan kesan kohesif dan kesederhanaan yang tetap elegan. Latar belakang berupa kolase foto-foto aktivitas kampanye, menggambarkan kedekatan mereka dengan berbagai elemen masyarakat. Foto-foto latar belakang memperlihatkan tiga momen utama:</p> <p>Foto atas: Prabowo berinteraksi dengan siswa-siswa SD, mencerminkan perhatian terhadap dunia pendidikan.</p>

	<p>Foto tengah: Prabowo dan Gibran bersama para pedagang di pasar, menekankan kepedulian terhadap masyarakat kecil dan sektor ekonomi akar rumput.</p> <p>Foto bawah: Gibran berdialog dengan ibu-ibu yang menggendong anak, mengisyaratkan perhatian terhadap perempuan dan anak-anak.</p>
Tanda Verbal	<p>Teks 1: "PRABOWO-GIBRAN BERSAMA INDONESIA MAJU"</p> <p>Teks 2: "JANGAN LUPA NOMOR 2"</p>
Makna Konotatif	
<p>Pesan Visual dan Pakaian</p> <p>Pemilihan pakaian biru muda oleh Prabowo dan Gibran bukan hanya sekadar pilihan estetis tetapi memiliki makna konotatif tertentu. Warna biru muda sering diasosiasikan dengan stabilitas, ketenangan, dan dapat diandalkan (Haller, 2019). Biru muda juga memberikan kesan keteraturan serta hubungan dengan generasi muda, yang mungkin menjadi simbolisasi kesegaran dan keterbukaan. Warna ini dapat menyiratkan pesan bahwa Prabowo dan Gibran adalah pemimpin yang dapat diandalkan dan dekat dengan masyarakat muda, sambil tetap menjaga kesan formalitas dan kedewasaan yang dibawa oleh Prabowo sebagai tokoh senior.</p> <p>Pesan Verbal sebagai Ajakan</p> <p>Kalimat "JANGAN LUPA NOMOR 2" bersifat imperatif, menunjukkan instruksi atau ajakan tegas untuk memilih pasangan tersebut. Teks ini dirancang untuk meninggalkan kesan mendalam pada pemilih, terutama karena ukurannya yang besar dan warnanya yang kontras. Selain itu, penggunaan kata "Bersama Indonesia Maju" mengisyaratkan bahwa pasangan ini menawarkan visi kemajuan yang inklusif, mencakup berbagai lapisan masyarakat.</p> <p>Konotasi Kolase Foto</p> <p>Kolase foto yang dipilih menguatkan citra Prabowo-Gibran sebagai pasangan yang peduli dan aktif berinteraksi dengan masyarakat. Tiap foto di latar belakang menunjukkan program unggulan yang dapat diasosiasikan dengan visi mereka, seperti:</p>	

1. Pendidikan dan Anak: Terlihat dari interaksi Prabowo dengan siswa SD yang mencerminkan komitmen terhadap pendidikan anak-anak.
2. Ekonomi Rakyat: Ditampilkan melalui foto Prabowo-Gibran bersama para pedagang, yang menggambarkan fokus pada kesejahteraan masyarakat kecil.
3. Kesehatan dan Keluarga: Digambarkan lewat interaksi Gibran dengan ibu-ibu yang menggendong anak, mengindikasikan perhatian pada isu kesehatan keluarga, termasuk pencegahan stunting dan perlindungan anak.

Secara keseluruhan, unggahan ini membentuk citra Prabowo-Gibran sebagai pasangan yang mewakili stabilitas, kemajuan, dan kedekatan dengan masyarakat. Visualisasi dalam foto dan pemilihan elemen verbal menciptakan pesan yang kuat dan jelas. Warna, pakaian, posisi, dan kolase foto digunakan untuk membangun persepsi bahwa pasangan ini adalah pemimpin yang mampu menjembatani perbedaan generasi serta memahami kebutuhan dan aspirasi rakyat dari berbagai lapisan.

b. Analisis Iklan 2: Giliran Pak Prabowo



Gambar 3. Giliran Pak Prabowo
Sumber: instagram @dekade08 (2024)

Makna Denotatif	
Tanda Visual	Unggahan ini menampilkan ilustrasi Prabowo Subianto, calon presiden Indonesia, bersama Presiden Joko Widodo (Jokowi), yang saat ini menjabat sebagai Presiden Indonesia ke-7. Prabowo dan Jokowi digambarkan dalam suasana akrab, keduanya tampak tersenyum dan tertawa bersama. Interaksi ini terlihat santai dan penuh kehangatan, menunjukkan kedekatan di antara mereka. Terdapat balon kata yang berasal dari Jokowi, bertuliskan, "GILIRAN PAK PRABOWO," yang seolah mengisyaratkan pesan langsung dari Jokowi kepada publik.
Tanda Verbal	Teks 1: "GILIRAN PAK PRABOWO" Teks 2: "BESTIE"
Makna Konotatif	
<p>Kedekatan Prabowo dan Jokowi</p> <p>Secara konotatif, ilustrasi ini berupaya membangun citra Prabowo sebagai calon presiden yang didukung oleh Jokowi. Meskipun Jokowi menyatakan netralitas dalam pemilihan presiden 2024, adanya tanda verbal "GILIRAN PAK PRABOWO" mengisyaratkan persetujuan atau restu dari Jokowi bahwa Prabowo adalah kandidat yang layak untuk memimpin Indonesia berikutnya. Hal ini juga secara implisit dapat menggambarkan keberlanjutan dari pemerintahan Jokowi, yang didukung oleh partai-partai yang sekarang berada di lingkup pemerintahan.</p> <p>Makna Dukungan dan Kontinuitas</p> <p>Kehadiran Jokowi dalam ilustrasi ini berfungsi sebagai simbol kontinuitas kepemimpinan. Dengan narasi "GILIRAN PAK PRABOWO," TKN (Tim Kampanye Nasional) Prabowo-Gibran memanfaatkan kedekatan Prabowo dengan Jokowi untuk menciptakan persepsi bahwa kepemimpinan Prabowo adalah kelanjutan atau perpanjangan dari pencapaian pemerintahan Jokowi. Unggahan ini, meskipun bersifat informal, dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap Prabowo sebagai penerus Jokowi yang diyakini akan melanjutkan program-program yang sudah berjalan.</p>	

Penggunaan Istilah “BESTIE”

Pemilihan kata "BESTIE" sebagai tanda verbal utama memberikan sentuhan yang ringan dan bersahabat. Istilah ini mempopulerkan kedekatan mereka dengan cara yang lebih relevan bagi generasi muda atau *audiens* urban, menciptakan kesan bahwa Prabowo dan Jokowi tidak hanya kolega politik tetapi juga memiliki hubungan personal yang akrab dan penuh kepercayaan. Ini bisa menjadi strategi yang bertujuan untuk mencairkan citra Prabowo yang mungkin selama ini dipandang sebagai tokoh yang tegas dan serius, dengan memperlihatkan sisi yang lebih santai dan hangat.

Unggahan ini menggunakan pendekatan visual dan verbal yang bertujuan untuk menampilkan Prabowo dalam sorotan positif, dengan dukungan simbolis dari Presiden Jokowi. Kombinasi ilustrasi akrab, balon kata, dan istilah "BESTIE" membangun kesan Prabowo sebagai sosok yang dipercaya oleh Jokowi dan pantas melanjutkan kepemimpinan. Unggahan ini juga menggarisbawahi hubungan dekat mereka untuk menarik simpati dari para pemilih yang ingin melihat keberlanjutan dari kebijakan pemerintahan saat ini.

c. Analisis Iklan 3: Karakter AI “Gemoy”



Gambar 4. Bersama Indonesia Maju

Sumber: instagram @prabowo.gibran2 (2024)

Makna Denotatif	
Tanda Visual	Unggahan didominasi oleh ilustrasi Prabowo-Gibran yang dibuat oleh kecerdasan buatan (<i>artificial intelligence</i>), keduanya memakai kemeja biru putih yang merupakan baju kampanye mereka. Prabowo terlihat tersenyum dengan pose tangan membentuk hati ala Korea, sedangkan Gibran juga tersenyum dengan pose tangan membentuk V atatu “peace”.
Tanda Verbal	Teks 1: “PRABOWO-GIBRAN 2024” Teks 2: “BERSAMA INDONESIA MAJU”
Makna Konotatif	
<p>Unggahan ini dapat dimaknai secara konotatif bahwa pasangan Prabowo-Gibran mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, yang terlihat dari penggunaan karakter <i>artificial intelligence</i> (AI) Prabowo-Gibran untuk keperluan kampanye. Dalam konteks ini, AI telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan modern, sehingga penggunaan teknologi ini tidak hanya menunjukkan adaptasi mereka terhadap perubahan, tetapi juga menciptakan daya tarik bagi pemilih muda. Penggunaan karakter AI juga mendukung upaya <u>branding</u> pasangan ini, terutama citra Prabowo yang sering dikaitkan dengan karakter “gemoy.” Menurut Sihabudin (2023), citra “gemoy” Prabowo merupakan bagian dari konstruksi ilusi realitas yang dirancang untuk menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Hal ini sejalan dengan definisi <i>political branding</i> oleh Lorann Downer (2015), yang menjelaskan bahwa <i>political branding</i> adalah strategi untuk memengaruhi kelompok sasaran dengan memanfaatkan nilai-nilai emosional dan fungsional guna meningkatkan daya tarik kandidat.</p> <p>Dalam hal <i>positioning</i>, Prabowo memahami pentingnya menciptakan kesan positif di mata masyarakat. Dengan memosisikan dirinya sebagai sosok yang ramah dan mudah didekati, ia berusaha membedakan dirinya dari pesaing politiknya. Pendekatan ini juga relevan dengan teori <i>positioning</i> yang dikemukakan oleh Al Ries dan Jack Trout (1986), yang menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen untuk meraih keberhasilan, termasuk dalam kompetisi politik.</p>	

Pada unggahan ini, pose jari karakter ilustrasi Prabowo dan Gibran secara visual menyampaikan pesan yang terkait erat dengan nomor urut pasangan mereka dalam Pilpres 2024, yaitu angka 2. Prabowo digambarkan dengan pose tangan berbentuk hati, melambangkan cinta, sedangkan Gibran dengan pose "peace" yang berarti damai. Jika dikombinasikan, pesan yang ingin disampaikan adalah "cinta damai." Narasi ini konsisten dengan kampanye pasangan Prabowo-Gibran yang sering menonjolkan nilai-nilai persatuan dan kesatuan bangsa. Mereka berkomitmen pada visi menjadikan Indonesia lebih baik dengan menekankan langkah-langkah diplomatis dan kerja sama yang konstruktif (Ramadhan, 2024).

Seperti pada unggahan sebelumnya, tanda verbal dalam unggahan ini tidak menunjukkan korelasi asosiatif yang kuat dengan tanda visual. Teks yang ditampilkan hanya berupa slogan pasangan Prabowo-Gibran, sehingga tidak berfungsi sebagai penambat (*anchorage*) atau penghubung (*relay*) terhadap visual. Hal ini menimbulkan keterputusan antara teks dan gambar, yang dapat mengurangi efektivitas komunikasi pesan secara keseluruhan.

Diskusi dan Pembahasan

Dari analisis mendalam terhadap penanda-petanda (denotatif) dan makna konotatif yang terkandung dalam iklan politik Prabowo-Gibran, dapat dihasilkan pembahasan yang relevan dengan tujuh kaidah semiotika struktural.

Melalui pendekatan *Imanensi* atau dimensi sinkronik, ditemukan bahwa hubungan antara tanda verbal dan visual pada unggahan pasangan calon cenderung menunjukkan kurangnya keterkaitan yang erat. Setiap tanda, baik verbal maupun visual, cenderung membangun maknanya secara independen. Dalam hal ini, teks tampak memiliki peran sebagai penambat makna yang kurang dominan, sebab tanda visual tidak secara efektif "menyiapkan" atau mendukung pesan yang disampaikan melalui teks. Sebagai penghubung, teks juga tidak cukup mampu menonjolkan aksi atau peristiwa yang diungkapkan dalam tanda visual. Foto-foto yang ditampilkan lebih menyerupai dokumentasi formal atau hasil sesi foto di studio, yang kemudian dilengkapi dengan teks berupa informasi atau ajakan yang ditujukan kepada audiens Instagram.

Dalam perspektif *Pertinensi* atau analisis nilai pembeda dalam struktur, ditemukan perbedaan karakteristik antara tanda visual dan verbal yang diunggah oleh TKN Prabowo-Gibran, khususnya dalam hal penyampaian pesan maupun pencitraan. Pada iklan pertama, pasangan Prabowo-Gibran cenderung menghadirkan citra yang formal dan kaku, baik dari segi fotografi, gaya visual, maupun narasi pesan yang disampaikan. Sebaliknya, iklan kedua dan ketiga menunjukkan pendekatan yang lebih santai dan simbolis, dengan menggunakan ilustrasi yang memberikan kesan lebih segar dan muda. Perbedaan ini juga tercermin dalam gaya visual masing-masing iklan, yang secara keseluruhan memperlihatkan kontras yang cukup signifikan, meskipun tetap mempertahankan kemiripan dalam konsep visual secara umum.

Pada konteks kaidah *Komutasi*, yaitu analisis terhadap hubungan antara visual dan verbal, iklan politik Prabowo-Gibran menunjukkan tingkat keterkaitan makna yang berbeda. Terutama pada iklan 2, terlihat adanya keselarasan antara elemen visual dan verbal. Secara visual, iklan tersebut menampilkan ilustrasi kedekatan antara Prabowo dan Jokowi, dengan sentuhan emosi yang kuat. Kemudian, teks "BESTIE" secara tidak langsung ingin memberikan pesan kepada pengikut (*follower*) bahwa Prabowo Subianto adalah orang terdekat Jokowi, yang merupakan Presiden Indonesia ke-7. Sementara itu, pada iklan 1 dan iklan 3, terdapat ketidakselarasan antara tanda visual dan verbal. Elemen visual dan verbal pada kedua iklan tersebut kurang mampu merepresentasikan makna satu sama lain. Ini menggambarkan pentingnya keselarasan antara visual dan verbal dalam menyampaikan pesan dalam konteks komunikasi politik.

Dari konteks *Kompatibilitas*, analisis ini berfokus pada aturan penggabungan elemen-elemen teks, khususnya dalam unggahan di mana tanda visual dan verbal saling mendukung secara korelatif. Aturan kombinasi ini bersifat asosiatif, yang berarti bahwa tanda verbal dapat memperkuat atau bahkan mewakili tanda visual, dan sebaliknya. Hal ini menunjukkan adanya interaksi harmonis antara kedua elemen tersebut dalam menyampaikan pesan secara efektif. Dengan kata lain, setiap elemen visual dan verbal tidak hanya berfungsi secara mandiri tetapi juga berperan dalam menciptakan makna yang lebih kaya ketika digabungkan. Interaksi asosiatif ini memungkinkan audiens untuk memahami pesan yang ingin disampaikan dengan lebih mudah, karena elemen-elemen tersebut saling melengkapi. Tanda verbal, misalnya, dapat memberikan konteks tambahan pada visual, memperjelas tujuan atau makna yang ingin disampaikan, sedangkan tanda visual dapat menambah nuansa emosional dan daya tarik estetika yang memperkuat pesan verbal. Keterpaduan antara tanda visual dan verbal ini sangat penting dalam komunikasi visual, khususnya dalam kampanye politik, di mana

penyampaian pesan yang jelas, kohesif, dan menarik adalah kunci untuk mempengaruhi persepsi publik. Kombinasi yang berhasil akan menghasilkan pesan yang lebih mudah diingat dan memiliki dampak yang lebih besar, menciptakan kesan bahwa kandidat atau pasangan calon tersebut memiliki pendekatan komunikasi yang kuat, relevan, dan sejalan dengan nilai-nilai yang diinginkan oleh audiensnya.

Dalam perspektif *Integrasi*, yang menekankan keselarasan antara struktur dasar dan keseluruhan sistem, hubungan antara tanda verbal dan visual pada setiap unggahan pasangan calon cenderung lebih menonjolkan fungsi informatif dibandingkan dengan penciptaan makna korelatif atau konotatif. Dengan kata lain, setiap elemen—termasuk teks, bidang geometris, logo kampanye, dan foto—diatur secara sistematis untuk menghasilkan harmoni visual, namun dengan prioritas utama pada penyampaian pesan yang jelas, langsung, dan mudah dipahami. Tata letak antara elemen-elemen tersebut diatur dengan cermat sehingga masing-masing memiliki peran spesifik dalam memberikan nilai informasi yang maksimal. Alih-alih berfokus pada simbolisme atau asosiasi konotatif, elemen-elemen visual dan verbal ini dirancang untuk menyampaikan pesan secara langsung, sehingga audiens dapat memahami informasi inti dengan mudah. Dengan demikian, integrasi ini tidak hanya menciptakan kesan visual yang rapi dan teratur, tetapi juga menunjukkan bahwa calon memiliki pendekatan komunikasi yang informatif dan efektif, mengutamakan penyampaian pesan yang transparan dan jelas. Pendekatan ini berpotensi memberikan dampak yang kuat bagi audiens yang mengutamakan rasionalitas dan kejelasan informasi dalam mengambil keputusan, sehingga unggahan kampanye tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga fungsional dalam menyampaikan misi dan visi calon secara singkat dan padat.

Dalam prinsip *Diakronis*, yang mengkaji perubahan berdasarkan dimensi waktu, terlihat bahwa hingga Februari 2024, pasangan calon secara konsisten mempertahankan gaya komunikasi mereka, baik secara verbal maupun visual. Pasangan Prabowo-Gibran cenderung menggunakan idiom-idiom yang mencerminkan kesan modern, santai, dinamis, minimalis, serta gaya penulisan yang ringan untuk menarik minat pemilih muda. Penggunaan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dalam banyak ilustrasi iklan yang menampilkan Prabowo-Gibran, *branding* Prabowo yang berusaha dicitrakan "Gemoy", dan gaya fashion yang dikenakan oleh kedua calon juga mencerminkan tren mode yang disukai oleh generasi muda. Ini menunjukkan bahwa pasangan Prabowo-Gibran berusaha untuk membangun citra yang konsisten, baik dalam bahasa verbal maupun visual, sebagai upaya untuk mendapatkan dukungan pemilih.

Dalam konteks *Fungsi*, yang berfokus pada nilai komunikasi dan peran-peran lain dari sistem, analisis menunjukkan bahwa unggahan yang dibuat oleh TKN Prabowo-Gibran lebih mengutamakan aspek informasi dan ajakan langsung. Strategi ini terlihat dari komposisi unggahan yang memprioritaskan penyampaian pesan yang jelas, mudah dipahami, dan efektif untuk menarik perhatian audiens. Beberapa elemen unggahan mendukung tujuan ini, seperti dominasi foto dan ilustrasi yang menampilkan pasangan calon dalam pose-pose ikonik, penggunaan teks dengan warna kontras dan format tebal pada kata-kata kunci, serta tata letak elemen-elemen verbal dan visual yang minimalis. Desain ini memungkinkan audiens untuk segera mengenali pesan utama, tanpa terganggu oleh elemen visual yang berlebihan atau ambigu. Selain itu, pendekatan minimalis dalam penempatan elemen-elemen ini membantu mengorganisasi informasi secara efektif, menjadikan unggahan tersebut mudah diikuti dan lebih berorientasi pada tujuan komunikasi. Efek dari penggunaan elemen-elemen visual yang sederhana dan langsung ini adalah menciptakan kesan keterbukaan dan kemudahan akses informasi, yang pada gilirannya dapat memperkuat kepercayaan publik dan mendukung upaya tim kampanye dalam membangun citra positif pasangan calon. Strategi ini menunjukkan bahwa TKN Prabowo-Gibran memahami pentingnya komunikasi yang lugas dan berfokus pada kebutuhan audiens dalam konteks kampanye politik yang kompetitif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti penggunaan intensif media sosial, khususnya Instagram, dalam kampanye politik pasangan calon presiden dan wakil presiden Indonesia, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, selama pemilihan umum presiden tahun 2024. Media sosial, dengan kemampuan penyebaran pesan verbal dan visual yang simultan, telah terbukti menjadi alat komunikasi politik yang sangat efektif, memungkinkan kandidat untuk mencapai dan mempengaruhi pemilih secara luas, khususnya di kalangan pemilih muda.

Analisis semiotika struktural yang diterapkan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan tanda-tanda visual dan verbal dalam konten Instagram tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi tetapi juga untuk membangun pencitraan positif para kandidat. Praktik ini melibatkan strategi komunikasi yang cermat dimana simbol-simbol dan tanda-tanda dalam konten diarahkan untuk menghasilkan persepsi tertentu dari pemilih, yang dimaksudkan untuk mendukung dan mempengaruhi pilihan mereka.

Temuan utama menunjukkan bahwa tim kampanye Prabowo-Gibran secara efektif menggunakan Instagram untuk mengkomunikasikan visi, nilai, dan program mereka, serta untuk memanfaatkan kesempatan dalam membangun koneksi emosional dengan pemilih. Unggahan gambar dan teks secara strategis dikoordinasikan untuk menghasilkan respons yang diinginkan, menggarisbawahi pentingnya analisis semiotik dalam memahami dinamika kampanye politik digital.

Dari hasil analisis, terlihat bahwa iklan politik yang diunggah oleh tim kampanye Prabowo-Gibran cenderung dibentuk oleh tanda verbal dan visual yang memiliki hubungan korelasi atau asosiatif yang kurang kuat. Tanda verbal dan visual dalam unggahan-unggahan tersebut seakan berdiri sendiri, menciptakan makna yang bersifat otonom dan tidak selalu saling melengkapi. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh penggunaan gambar-gambar yang hanya berfungsi sebagai "stok" visual, seperti foto dokumentasi atau foto studio, yang kemudian dipadukan dengan penanda verbal secara terpisah. Dalam konteks ini, lemahnya hubungan antara tanda verbal dan visual dapat disebabkan oleh karakteristik platform Instagram, yang memberikan fleksibilitas kepada pengguna untuk membagikan informasi secara bebas dan dalam jumlah yang besar. Fasilitas ini membuat unggahan di Instagram cenderung lebih berfungsi sebagai "ruang pameran" yang menonjolkan visual, alih-alih sebagai medium untuk menyampaikan pesan edukasi politik yang mendalam. Secara visual, pasangan calon menggunakan gaya tanda verbal dan visual yang dirancang untuk merepresentasikan profesi, karakter, atau citra yang ingin mereka tampilkan kepada publik. Prabowo, misalnya, sering kali tampil dengan pakaian yang sederhana namun tegas, sementara Gibran tampil lebih kasual dan modern, keduanya mencerminkan kepribadian yang berusaha mendekati berbagai lapisan masyarakat. Namun, meskipun tanda-tanda visual dan verbal ini dapat memberikan kesan tertentu, ketidakselarasan makna antara keduanya bisa melemahkan efektivitas pesan kampanye. Kombinasi tanda verbal dan visual yang tidak koheren berpotensi menyebabkan audiens mengalami ambiguitas dalam memahami citra atau pesan yang ingin disampaikan, sehingga tujuan kampanye untuk memperkuat *brand* politik calon kurang tercapai. Dalam situasi ini, akan lebih efektif jika elemen verbal dan visual diunggah Instagram diintegrasikan secara lebih kohesif, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya menarik perhatian secara visual tetapi juga membangun pemahaman yang lebih utuh dan kuat tentang nilai atau visi pasangan calon.

Dengan mempertimbangkan aspek semiotika, kampanye digital melalui platform seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk informasi, tetapi juga sebagai medan

penting untuk pengolahan makna dan pembentukan opini publik. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi para praktisi politik, akademisi, dan strategis kampanye tentang cara mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam memengaruhi hasil pemilihan dan memperkuat demokrasi melalui komunikasi yang lebih efektif dan inklusif.

REFERENSI

- Aiello, G. (2020). Visual semiotics: Key concepts and new directions. *The SAGE handbook of visual research methods*, 367-380.
- Barker, M. (2016). *Analysing Visual Political Communication*. Routledge.
- Barthes, R. (2010). *Camera Lucida: Reflections on Photography*. New York: Hill and Wang.
- Chandler, D. (2022). *Semiotics: the basics*. Routledge.
- Downer, L. (2015). *Political branding strategies: Campaigning and governing in Australian politics*. Springer.
- Egea-Medrano, M. A., Garrido-Rubia, A., & Rojo-Martínez, J. M. (2021). Political iconography and emotions in electoral campaigns: a communicative approach. *Communication & Society*, 215-230.
- Elliott, R., & Timulak, L. (2021). *Essentials of descriptive-interpretive qualitative research: a generic approach*. American Psychological Association.
- Gayatri, S., & Satwika, I. B. C. (2022). Peran media sosial sebagai media sarana informasi politik. *Anubhava: Jurnal Ilmu Komunikasi Hindu*, 2(1), 273-282.
- Girardin, F. (2018). Political campaigns on social media: A study of the 2018 US midterm elections. *Journal of Political Marketing*, 17(4), 364-381.
- Haller, K. (2019). *The little book of colour: How to use the psychology of colour to Transform your life*. Penguin UK.
- Ismoyo, S. L., & Basaevha, M. (2025). Analisis komunikasi politik satire Anies Baswedan di instagram: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Communications* 7(1), 104-127
- Loesch, J. (2024). *Indonesia's 2024 presidential elections: Campaigning for continuity*. Institut Français des Relations Internationales (IFRI). <https://policycommons.net/artifacts/11330490/indonesias-2024-presidential-elections/12219325/>
- Munir, M., & Pamukir, D. A. (2021). *Pola komunikasi feminisme dalam video Najwa Shihab dan Agnes Monica*. *Communications: Jurnal Komunikasi dan Media*, 3(1), 45–56.
- Ramadhan, M. F. (2024). *Sebarkan nilai cinta damai, Prabowo-Gibran jadi inspirasi pemilu 2024 cinta damai*. Radar Depok. <https://www.radardepok.com/nasional/94611507864/sebarkan-nilai-cinta-damai-prabowo-gibran-jadi-inspirasi-pemilu-2024-cinta-damai> pada tanggal 12 April 2024.
- Romdhoni, A. (2019). *Semiotik metodologi penelitian*. Literatur Nusantara.
- Rostiana, R., & Purwanto, A. (2020). The political communication strategy on instagram: A study of Indonesian presidential election 2019. In *Proceedings of the 1st International Conference on Social Sciences and Interdisciplinary Studies (ICSSIS 2019)*. Atlantis Press.
- Safitri, D., Sekarwulan, A., Novita, & Purwanto, H. (2020). *Peran Instagram @P2PTMKEMENKESRI sebagai media kampanye kesehatan*. *Communications: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(1), 1–10
- Sartini, N. W. (2015). Bahasa dan pencitraan: Strategi kebahasaan dalam wacana politik. *Jurnal tutur*, 1(2), 171-179.
- Sihabudin, M. M. R., Laila, H. N. A., Kharis, K., & Fatimah, R. S. (2023). Strategi positioning “Gemoy” Prabowo Subianto melalui media digital. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 146-154.
- Stockemer, D. (2018). The internet: An important tool to strengthening electoral integrity. *Government Information Quarterly*, 35(1), 43-49.
- Sugiyono, S. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 1-11.
- Trout, J., & Ries, A. (1986). *Positioning: The battle for your mind*. New York, NY: McGraw-Hill.

Yuliasuti, N., Irawan, D., & Subiyanto, S. (2019). Pengaruh media sosial terhadap pemilih pemula pada pemilu legislatif 2019 di Indonesia (studi pada mahasiswa Universitas Bina Darma). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2), 49-60.