

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Iklan Kampanye**

Dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 (PKPU No. 23 Tahun 2018) tentang kampanye Pemilu disebutkan apa yang dimaksud dengan iklan kampanye. Pada ketentuan umum bab I ayat 30 pasal 1 disebutkan bahwa Iklan kampanye adalah suatu bentuk pemberian pesan kampanye yang disampaikan melalui berbagai bentuk ataupun macam media seperti lembaga penyiaran, media sosial, media dalam jaringan, media elektronik, dan media cetak yang dibuat dengan berbagai bentuk baik itu berupa tulisan-tulisan, gambar-gambar, suara, promosi, animasi debat, sandiwara dan peragaan dengan tujuan memperkenalkan peserta pemilihan umum atau pemilu sekaligus meyakinkan para pemilih memberikan suara dan dukungannya kepada peserta pemilu tersebut.

Sejalan dengan hal diatas pada bab IV tentang metode kampanye dalam ayat 1 pasal 37 bagian ketujuh tentang iklan kampanye disebutkan bahwa Seluruh peserta pemilihan umum atau pemilu diberikan kesempatan untuk melaksanakan kampanye dalam bentuk iklan kampanye. Lembaga penyiaran, media elektronik, media cetak dan media sosial menjadi media yang dapat dijadikan sebagai tempat melangsungkan iklan kampanye. Hal tersebut tertulis serta dijelaskan di dalam ayat 1 pasal 37 pada bab IV. Sebagaimana

dengan yang telah dijelaskan dalam ayat 1 pada ayat 2 disebutkan bahwasanya program serta visi dan misi dari peserta pemilihan umum menjadi materi paling sedikitnya yang harus ada dan terdapat dalam iklan kampanye. Tulisan, gambar, suara, gambar, tulisan, dan kombinasi antara ketiganya dapat menjadi bentuk dari materi kampanye. Kemudian dalam ayat 3 dijelaskan materi kampanye dapat bersifat interaktif atau tidak interaktif, bersifat karakter, bersifat grafis, dan juga bersifat naratif selama materi dari iklan kampanye tersebut dapat diterima melalui perangkat penerima pesan. Lebih lanjut pada ayat 5 disebutkan peserta pemilihan umum dilarang untuk membuat materi iklan kampanye berbentuk tayangan ataupun tulisan dengan bentuk berita. Pembuatan materi iklan kampanye dalam ayat 6 harus patuh terhadap etika dalam beriklan serta terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selanjutnya iklan kampanye dalam ayat 4 pasal 7 secara kumulatif dibatasi yakni iklan kampanye pada media sosial setiap harinya masing-masing 1 (satu) spot dengan batas maksimal durasi 30 (tiga puluh) detik perhari, iklan kampanye pada televisi masing-masing 8 (delapan) spot dengan batas maksimal durasi 30 (tiga puluh) detik perhari, iklan kampanye pada radio masing-masing 4 (empat) spot dengan batas maksimal durasi 60 (enam puluh) detik perhari, iklan kampanye pada media cetak masing-masing 1 (satu) halaman perhari, dan masing-masing 1 (satu) *banner* perhari untuk iklan kampanye pada media dalam jaringan. Dari hal tersebut baik pengaturan ataupun penjadwalan pemasangan dari iklan kampanye dalam ayat 7

sepenuhnya diatur oleh lembaga penyiaran, media dalam jaringan, media elektronik, media cetak, dan media sosial.

Pada ayat 1 pasal 39 setiap peserta pemilu harus diberikan kesempatan yang sama oleh lembaga penyiaran, media dalam jaringan, media elektronik, media cetak dan media sosial seluruh media tersebut menayangkan serta memuat iklan kampanye berbentuk komersial ataupun berbentuk layanan masyarakat. Disamping itu standar tarif iklan kampanye komersial dalam ayat 3 dijelaskan untuk setiap peserta pemilu yang berlaku sama ditentukan oleh lembaga penyiaran, media dalam jaringan, media elektronik, media cetak, dan media sosial. Kemudian pada ayat 4 disebutkan dalam iklan kampanye besaran tarif iklan komersil harus lebih rendah dari iklan layanan masyarakat.

Berangkat dari hal diatas bahwasanya iklan kampanye baik berbentuk komersial ataupun layanan masyarakat dalam pasal 38 dapat difasilitasi oleh komisi pemilihan umum dengan catatan iklan kampanye tersebut dimuat pada pada media dalam jaringan, media cetak, dan media elektronik. Selain itu seluruh peserta pemilu dalam ayat 2 membiayai atas materi dan atas pembuatan desain iklan kampanye yang fasilitasi oleh komisi pemilihan umum. Kemudian pada ayat 3 disebutkan alokasi waktu dan kesempatan yang sama diberikan pada peserta dari pemilu oleh komisi pemilihan umum.

Iklan kampanye pemilihan umum untuk layanan masyarakat nonpartisan pada pasal 24 ayat 1 disebutkan dalam sehari paling sedikitnya harus disiarkan atau ditayangkan 1 (satu) kali oleh lembaga penyiaran, media dalam jaringan, media cetak, media elektronik dan media sosial dengan batas

maksimal durasi 60 (enam puluh) detik. Selain itu dalam ayat 2 iklan kampanye untuk layanan masyarakat dibuat sendiri oleh lembaga penyiaran, media sosial, media dalam jaringan, media cetak, dan media elektronik. Disamping itu asas tidak memihak, berimbang, dan adil harus menjadi pedoman iklan kampanye pemilihan umum untuk layanan masyarakat. Kemudian dalam ayat 4 jumlah waktu tayangnya tidak termasuk dari jumlah tayangan iklan kampanye yang diberikan atau disediakan oleh komisi pemilihan umum (KPU, 2018).

## **2. Kampanye Politik**

Dalam proses suatu kontestasi ataupun pertarungan politik seperti pemilihan umum kampanye menjadi bagian dari peristiwa yang sering ditemukan. Kampanye politik menjadi sebuah proses transformasi informasi terhadap khalayak umum yang dilakukan dengan bentuk pesan politik yang beragam melalui berbagai saluran komunikasi ataupun media tertentu guna terciptanya opini publik. Sebagai upaya yang telah terorganisasi kampanye politik dilakukan dengan tujuan agar dapat mempengaruhi atas suatu proses pengambilan keputusan dari para pemilih dan mendapatkan dukungan (Mukarom, 2016).

Rogers dan Storey mengartikan bahwasanya kampanye politik merupakan suatu tindakan komunikasi yang sudah terencanakan sebelumnya dan tujuannya ialah untuk menghasilkan sebuah dampak tertentu pada khalayak banyak dan dalam kurun waktu tertentu tindakan tersebut dilakukan secara terus menerus. Sedangkan Pfau dan juga Parrot mengatakan bahwa

kampanye politik adalah suatu proses yang dimana telah dirancang sebelumnya secara sadar dan bertahap serta berkelanjutan tujuannya agar dapat mempengaruhi khalayak sebagai sasaran yang telah ditentukan dan dilakukan pada rentang waktu tertentu merupakan definisi dari kampanye politik. Untuk mencapai tujuan pada suatu periode atau waktu tertentu kampanye menjadi sebuah tindakan komunikasi yang telah terorganisasi dan ditujukan kepada khalayak umum.

Kampanye politik sendiri memiliki beberapa tujuan yakni pertama kampanye bertujuan untuk menciptakan perubahan dalam tataran pengetahuan kognitif dimana berubahnya keyakinan serta kesadaran dan meningkatnya pengetahuan khalayak terkait isu tertentu merupakan pengaruh yang diharapkan dari tujuan ini. Kedua kampanye bertujuan untuk menciptakan perubahan sikap sehingga dengan hal ini khalayak merasa suka, peduli, simpati, dan berpihak pada isu tertentu yang menjadi tema dari kampanye. Ketiga kampanye bertujuan untuk merubah perilaku khalayak secara terukur serta konkrit sehingga kemudian menciptakan suatu tindakan tertentu yang dilakukan oleh sasaran kampanye (Heryanto, 2013).

Sejalan dengan hal diatas Charles U. Larson mengatakan bahwasanya kampanye terbagi kedalam beberapa bentuk ataupun jenis yakni *product-oriented campaign* sebagai kampanye yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan finansial dan berorientasi pada produk, *ideologically campaign* sebagai kampanye yang sering berdimensi dengan perubahan sosial dan berorientasi pada tujuan bersifat khusus, *candidat-oriented campaign* sebagai

kampanye yang dimotivasi oleh hasrat untuk mendapatkan kekuasaan politik dan berorientasi pada kandidat, dan *attacking campaign* sebagai kampanye yang sifatnya menyerang dan terbagi atas dua yakni kampanye negatif yaitu kampanye yang sifatnya menyerang terhadap pihak lain dengan melalui berbagai fakta serta data yang dapat diverifikasi dan didebatkan dan kampanye hitam yaitu kampanye yang sifatnya jahat atau buruk yang dimana dilakukan dengan cara menjatuhkan kandidat ataupun pihak lain sebagai lawan politik untuk memperoleh keuntungan (Venus, 2004).

### **3. Partai dan Kontestasi Politik**

Membahas terkait perpolitikan tentu hal tersebut tidak akan lepas dari partai politik atau parpol yang menjadi salah satu bagian dari politik itu sendiri. Menurut (Budiardjo, 2008) partai politik merupakan sekelompok orang yang telah terorganisir yang dimana masing-masing anggotanya mempunyai kesamaan baik itu kesamaan orientasi, nilai-nilai, serta cita-cita dan bertujuan untuk mendapatkan kekuasaan serta memperoleh kedudukan. Selain itu (Agustino, 2016) menyatakan suatu organisasi yang berorientasi pada pemikiran secara ideal dimana bermaksud mewakili berbagai kepentingan masyarakat, menyediakan ruang secara legitim serta damai bagi para suksesi kepemimpinan politik, dan memberikan jalan tengah terhadap berbagai pendapat yang saling bersaing merupakan arti dari partai politik. Selain itu penghubung antara pemerintah dengan pendapat umum serta pemimpin dan menjadi menjadi salah satu pilar utama dari demokrasi merupakan arti dari partai politik (Mufti, 2013).

Sejalan dengan hal tersebut (Budiardjo, 2008) menyatakan bahwa berbagai fungsi dimiliki oleh partai politik yakni pertama sebagai sarana komunikasi politik. Pada fungsi ini partai politik menjadi tempat ataupun wadah yang menampung berbagai aspirasi dan pendapat yang sama. Partai politik menggabungkan atas berbagai aspirasi serta pendapat yang beragam tersebut yang dikenal dengan *interest aggregation* kemudian mengolah dan merumuskannya kedalam bentuk yang lebih teratur atau dikenal dengan *interest articulation*. Setelah berbagai aspirasi dan pendapat tersebut diagregasi dan diartikulasi selanjutnya partai politik merumuskannya menjadi sebuah usulan kebijakan yang pada akhirnya usulan kebijakan tersebut menjadi program dari partai dan kemudian usulan tersebut disampaikan kepada pemerintah agar dapat menjadi suatu kebijakan umum. Dalam fungsi sebagai sarana komunikasi politik ini partai bertindak sebagai pendengar warga masyarakat bagi pemerintah dan menjadi perantara atas berbagai ide atau pemikiran.

Kedua sebagai sarana sosialisasi. Pada fungsi ini partai politik berperan sebagai sebuah media yang dimana dengan melalui media tersebut masyarakat bisa mendapatkan ataupun memperoleh orientasi serta sikap atas suatu fenomena politik yang berlaku dimasyarakat seperti terkait nasionalisme, ideologi, kelas sosial, suku bangsa, hak serta kewajiban, dan lain sebagainya. Dalam suatu bangsa atau negara sosialisasi politik menjadi faktor penting atas terciptannya budaya politik. Disamping itu dalam fungsi sebagai sarana sosialisasi politik ini partai politik menciptakan citra bahwa

partai politik telah memperjuangkan kepentingan masyarakat atau kepentingan umum.

Ketiga sebagai sarana rekrutmen politik. Pada fungsi ini menyangkut terkait dengan seleksi kepemimpinan baik pada internal ataupun nasional dari partai politik. Pada fungsi ini partai politik melakukan seleksi terhadap mereka yang menjadi kandidat bakal calon anggota partai. Dalam fungsi ini partai menarik dan mencari orang sebanyak-banyaknya untuk dijadikan sebagai anggota dari partai politiknya.

Keempat sebagai sarana atas pengatur konflik. Partai politik pada fungsi ini yakni bertindak sebagai peredam sekaligus pencegah atas terjadinya suatu pertentangan. Dalam fungsi ini partai politik mengatasi dan mengatur dengan sedemikian rupa atas adanya konflik serta seminimal mungkin menekan akibat ataupun dampak negatif dari konflik tersebut.

Lebih lanjut (Anggara, 2013) menyatakan bahwa pada fungsi partai politik sebagai komunikasi politik dalam hal ini yakni partai politik mengadakan komunikasi informasi, isu serta gagasan politik dengan segala struktur yang tersedia. Selain itu mengkomunikasikan gagasan partai, prinsip partai, pandangan partai serta program kerja partai. Selanjutnya fungsi sosialisasi politik yaitu partai politik memperkenalkan etika politik ataupun nilai-nilai politik yang dianut oleh negara. Pada fungsi rekrutmen politik partai politik melakukan pemilihan serta pengangkatan terhadap masyarakat untuk mengisi ataupun menduduki peran tertentu didalam partai. Dan partai politik sebagai pengatur konflik yaitu partai politik melakukan pengendalian



atas pertentangan yang disebabkan karena meningkatnya daya kritis masyarakat dalam memperjuangkan aspirasi serta kepentingannya. Menjadi sebagai pengatur ataupun pengendalian atas konflik merupakan salah satu fungsi dari partai politik dalam sebuah sistem politik di negara demokrasi (Labolo & Ilham, 2015).

Menurut (Aji, 2020) adanya pandemi Covid-19 telah membawa dan menyebabkan berbagai perubahan dunia politik terlebih dalam kontestasi perpolitikan Indonesia. Pada era pandemi kontestasi politik mengalami perubahan yang cukup berarti. Perubahan tersebut berubah tanpa adanya faktor penyebab yang mimicunya. Terdapat beberapa hal yang menjadi faktor pendorong atas terjadinya perubahan kontestasi politik yakni berubahnya ekosistem politik. Untuk mencegah krisis peran dari pemerintah menjadi diperkuat. Dengan berbagai alasan baik terkait dengan kebencanaan ataupun krisis lainnya terjadi tendensi penguatan penguasa dalam setiap krisis. Dengan hal tersebut segala sesuatu yang dianggap penting dilakukan pemerintah dengan mengatasnamakan pemulihan krisis yang terjadi. Pemerintah dalam kondisi ini menjadi cenderung mempunyai banyak hak. Dibuatnya berbagai aturan yang sifatnya diskresi ataupun restriksi merupakan salah satu hak tersebut. Pemerintah menerapkan peraturannya secara sepihak dan ranah-ranah privat dapat dimasuki oleh aturan khusus dari negara.

Untuk dapat membawa keadaan keluar dari kondisi krisis pemerintah seolah mempunyai hak menggunakan segenap sumber daya yang tersedia. Sehingga memanfaatkan sumber daya dengan semaksimal mungkin negara

mengeluarkan serta membuat peraturan yang sifatnya khas. Hadirnya oposisi terutama dari parlemen menjadi hal yang mengancam atas bertambahnya peran dari pemerintah. Lembaga eksekutif dan legislatif menjadi suatu hal yang mungkin bisa saja terjadi. Selain itu peningkatan akan kekuasaan eksekutif dapat dilakukan dalam konteks terjadinya krisis.

Selanjutnya faktor pendorong yang menyebabkan berubahnya kontestasi politik yakni timbulnya perubahan anggaran. Kekuasaan akan anggaran menjadi bertambah atas bertambahnya kekuasaan dari eksekutif. Untuk penanganan dari ancaman covid-19 dalam hal pengeluaran anggaran negara sejak saat terjadinya pandemi pemerintah menjadi lebih aktif. Pola alokasi serta pola distribusi anggaran antara pemerintah eksekutif dan pemerintah legislatif berubah sejak adanya pandemi. Hambatan yang sering terjadi yaitu perdebatan terutama dari anggota dewan yang berada diluar koalisi dari pemerintahan tidak lagi terjadi. Selain itu bertambahnya partai politik atau parpol pendukung pemerintah menjadi potensi yang bisa terjadi. Hal tersebut dikarenakan bersatunya unsur politik di pemerintahan serta legislatif yang disebabkan oleh adanya pandemi.

Kemudian faktor pendorong atas berubahnya kontestasi politik yakni hadirnya rasa krisis atau *sense of crisis* yang telah menyebabkan munculnya nasib yang sama. Rasa persatuan menjadi semakin kuat akibat adanya persamaan nasib yang dialami akibat dari adanya covid-19 yang telah menyebabkan pandemi. Pola hubungan antar partai politik menjadi lebih cair baik pada ranah eksekutif dan juga pada ranah legislatif disebabkan atas

adanya pandemi. Berbagai konsensus politik menjadi lebih mudah tercipta untuk kepentingan penanganan covid-19 jauh dibandingkan pada masa sebelum pandemi.

#### **4. Dinamika Pemilu 2019**

Menurut (Zuhro, 2019) pemilihan umum atau yang disebut pemilu merupakan suatu ajang politik yang diselenggarakan secara rutin yakni dalam kurun waktu lima tahun sekali. Pemilu 2019 yang dilaksanakan pada tanggal 17 April menjadi pemilu yang kelima kalinya digelar pasca orde baru yang dimana berbeda dengan pemilu yang dilaksanakan pada tahun-tahun sebelumnya. Pemilu 2019 menjadi pemilu serentak pertama yang digelar secara bersamaan yakni antara pilpres dan pileg. Berbeda dari pemilu yang sebelumnya pemilu 2019 menjadi pemilu yang untuk pertama kalinya dilaksanakan secara serentak dalam satu waktu.

Dengan adanya perbedaan pada proses pemilu tersebut tentunya kondisi ini menyebabkan berbagai perubahan yang pada akhirnya menjadi suatu dinamika. Berbagai hal terjadi sebagai bentuk dari dinamika pemilu 2019 yaitu kurangnya perhatian terhadap pemilu legislatif. Pada pemilu 2019 pemilu presiden menjadi pusat perhatian yang dituju oleh pemilih dibandingkan pemilu untuk legislatif. Di pemilu ini peningkatan pesat terjadi pada tingkat partisipasi pemilih yang datang ketempat pemungutan suara dan lebih tinggi dari pemilu sebelumnya. Akan tetapi disamping peningkatan angka pemilih tersebut suara yang tidak sah menjadi kesenjangan yang terjadi. Tingginya surat suara tidak sah terjadi dalam proses pemilihan

anggota legislatif terutama DPR dan DPRD. Hal tersebut jauh dibandingkan dengan pemilihan untuk presiden yang jauh lebih rendah.

Terbaikannya pemilu legislatif yang kemudian menyebabkan tingginya tingkat surat suara yang tidak sah hal tersebut terjadi dikarenakan lebih dominannya proses kampanye pemilu untuk presiden dan wakil presiden daripada pemilu legislatif. Selain itu desain sistem pemilu juga menjadi faktor penyebab yang mendorong tingginya surat suara tidak sah pada pemilu legislatif. Banyak pemilih yang kebingungan dikarenakan besaran alokasi kursi perdaerah pemilihan yang dikombinasikan dengan daftar terbuka yang proporsional. Alokasi kursi di dapil yang besar berdampak pada kebingungan pemilih dalam menentukan pilihannya sehingga pada akhirnya banyak masyarakat yang lebih memilih untuk tidak memberikan suaranya ataupun lebih memilih untuk tidak menentukan pilihannya dalam pemilihan.

Selain itu hal yang menjadi dinamika pada pemilu 2019 yakni keselarasan pilihan atau *coattail effect* yang tidak terlalu berpengaruh atau berefek. Pada pemilu ini keberadaan *coattail effect* tidak terasa kahadirannya. Hal tersebut terlihat pada efek kanikan perolehan suara yang didapatkan oleh partai PDIP dan Gerindra yang hanya mendapatkan 2% sekalipun sebagai partai politik pertama yang mencalonkan presiden. Akan tetapi partai-partai politik yang menjadi anggota koalisi dari pasangan calon justru mendapatkan kenaikan yang signifikan dibandingkan dengan partai utama. Ketidakselarasan kampanye yang dilakukan oleh calon-calon anggota

legislatif menyebabkan tidak berdampak penuhnya *coattail effect* di dalam pemilu tersebut.

Kemudian yang menyebabkan terjadinya dinamika pada pemilu 2019 adalah upaya penyederhanaan sistem kepartaian yang tidak sederhana. Penyebab sistem kepartaian yang merupakan bagian dari tujuan pemilu disebabkan oleh tidak terlalu berdampak keselarasan pilihan terhadap partai politik pendukung. Pergeseran sistem kepartaian dari multipartai ekstrim menuju multipartai sederhana sama sekali tidak terlihat sekalipun jumlah partai politik di DPR mengalami pengurangan dari 10 menjadi 9 partai. Hal tersebut terjadi dikarenakan banyak atau sedikitnya jumlah partai politik dalam kursi legislatif tidak dilihat sebagai sistem kepartaian. Akan tetapi komposisi perolehan kursi partai politik yang dilihat sebagai sistem kepartaian (Ramadhanil, Pratama, Salabi, & Sadikin, 2020).

## **5. Semiotika Ferdinand de Saussure**

Salah satu ahli dari teori semiotika yang memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan analisis semiotika yakni Ferdinand de Saussure. Pada saat memberikan perkuliahan di *University of Geneva* sekitar tahun 1906 - 1911 pandangan tentang semiotika Saussure paling sering disampaikan. Buku berjudul *Course in General Linguistics* menjadi berbagai pandangan Saussure yang dibukukan. Saussure menegaskan pada awal bukunya bahwa suatu sistem tanda yang menghasilkan berbagai ide ataupun pemikiran merupakan sebuah bahasa dan studi tentang bahasa pada dasarnya yaitu studi tentang tanda atau lambang-lambang (Pawito, 2007).

Anti historis merupakan pendekatan yang dipakai Ferdinand de Saussure dimana melihat bahasa sebagai sebuah sistem yang utuh. Strukturalisme menjadi teori bahasa yang digagasnya dan menjadi pendekatan yang menggantikan para pendahulunya yakni pendekatan historis. Dimata Saussure bahasa tak ubahnya sebuah karya musik yang dimana untuk dapat memahaminya harus memperhatikan karya musik secara keseluruhan dan tidak hanya pada permainan dari setiap pemain music (Seto, 2013).

Menurut Ferdinand de Saussure sebagaimana bahasa nasional bahasa merupakan sebuah fakta sosial. Bahasa sebagai sistem yang dimana telah diketahui sebelumnya oleh seluruh masyarakat yang menjadi pemakai atas bahasa dan dimana oleh pemakai bahasa telah disepakati pada masa lalu. Saussure melihat bahasa sebagai sistem tanda yang kondisinya mesti ada pada tanda yang digunakan secara konkrit. Sebuah keutuhan yang berdiri sendiri baginya adalah merupakan bahasa (Sobur, 2021).

Menurut (Saussure, 1959) bahasa adalah sebuah produk yang diasimilasi oleh setiap individu secara pasif dan bukan merupakan fungsi dari berbicara. Bahasa memiliki beberapa ciri yaitu bahasa menjadi objek yang terdefiniskan dengan baik di dalam berbagai kumpulan fakta ujaran yang heterogen. Disamping itu berbeda dengan berbicara bahasa bisa untuk dipelajari dengan cara terpisah. Kemudian selain itu apabila tuturan itu heterogen maka bahasa tersebut adalah homogen dan bahasa itu konkret.

Studi tentang bahasa dari pandangan Saussure disebut sebagai semiologi. Pemikiran tersebut muncul dari keyakinannya yang meyakini bahwa pada dasarnya studi tentang bahasa ialah studi tentang tanda. Terdapat lima konsep ataupun pandangan Saussure tentang semiotika yakni pertama tentang penanda atau *signifier* dan petanda atau *signified*. Penanda dan petanda merupakan konsep atas tanda yang dimana keduanya menyatu dan tidak dapat terpisahkan antara satu sama lain sebagai suatu entitas ganda yang terbentuk oleh asosiasi dua istilah. Penanda dan petanda merupakan dua elemen penting di dalam tanda yang dimana penanda serta petanda bersatu dengan erat dan saling mengikat antara keduanya (Saussure, 1959).

Ferdinand de Saussure mengatakan bahwasanya arti ataupun makna dari tanda terletak pada perbedaan diantara tanda-tanda itu sendiri. Berkaitan dengan pandangan Saussure tentang *signifier* atau penanda dan *signified* atau petanda pertama sifatnya ditentukan ataupun dipelajari menjadi hubungan antara keduanya. Dalam hal ini yakni pemberian makna terhadap tanda dihadirkan sebagai hasil atas proses belajar. Dan kedua dari waktu ke waktu penanda linguistik yaitu kata-kata ataupun ucapan dapat berubah, sedangkan petanda visual seperti gambar dan lukisan yang relatif tetap dan tidak berubah (Pawito, 2007).

Tanda menurut Saussure menjadi lambang identitas yang dimana lambang tersebut menjadi pembeda dengan unsur-unsur lainnya. Gambar dan bunyi bagi Saussure merupakan penanda atau *signifier*. Dan konsep ataupun makna dari gambar serta bunyi tersebut merupakan petanda atau *signified*.

Tanda sebagai sesuatu berbentuk fisik yang bisa didengar serta dilihat dan menunjuk terhadap suatu objek serta aspek yang akan dikomunikasikan. Dalam hal berkomunikasi tanda digunakan oleh seseorang untuk mengirim makna tentang suatu objek sehingga dengan hal itu tanda tersebut diinterpretasikan oleh orang lain dan menghasilkan komunikasi yang lancar selama bahasa yang sama dimiliki oleh komunikan (Kriyantono, 2006).

Tanda atau *sign* terbentuk atas dua bagian yakni penanda dan petanda yang dimana kedua bagian tersebut merupakan sistem tanda. Sesuatu yang menunjuk pada aspek fisik dari tanda yang dapat terlihat dan diketahui seperti halnya bunyi-bunyian dan gambar merupakan bagian dari tanda dan disebut sebagai penanda. Sedangkan pemikiran-pemikiran yang bersifat asosiatif tentang tanda itu sendiri adalah bagian dari tanda yang kemudian disebut sebagai petanda (Heryanto, 2013).

Kedua tentang bentuk dan isi atau *form* dan *content*. Menurut (Saussure, 1988) linguistik bekerja pada batas-batas dimana kedua unsur yakni bunyi dan pikiran menyatu dan gabungan tersebut kemudian pada akhirnya menghasilkan sebuah bentuk dan bukan substansi. Bahasa bukan substansi yang identik dengan aspek material dari bahasa itu sendiri melainkan merupakan bentuk. Adapun isi mencakup valensi dan pengertian dimana valensi merupakan konsep yang bersifat positif dan pengertian ialah konsep yang lebih bersifat negatif.

Dalam pandangannya terkait hal ini Saussure menjelaskan bahwasanya bahasa itu bukanlah koleksi unsur yang dimana ditentukan oleh materi, sistem



nilai merupakan isi dari bahasa, akan tetapi bahasa itu berisi sistem nilai dan perbedaannya yang menentukan sistem tersebut. Bentuk dan isi diistilahkan dengan ekspresi dan isi atau *expression and content* dimana satu mempunyai wujud bunyi sedangkan yang lainnya berwujud idea. Keduanya dibandingkan oleh Saussure seperti halnya permainan catur. Pada permainan catur biji serta papan catur adalah hal yang tidak terlalu penting, akan tetapi hal yang penting adalah fungsi serta aturan permainannya yang dibatasi (Sobur, 2021).

Menurut Ferdinand de Saussure bentuk atau *form* dan isi atau *content* merupakan dua hal yang berbeda. Saussure memberikan penjelasan untuk bisa membedakan antara keduanya yaitu dengan membuat contoh sebuah perumpamaan. Seperti yang diketahui bahwa kereta api parahyangan merupakan salah satu kereta jurusan Jakarta yang ada di stasiun Bandung. Kita berangkat ke Jakarta naik kereta api tersebut pada hari ini kemudian pada hari berikutnya naik lagi kereta tersebut ke Jakarta lalu mengatakan bahwa telah naik kereta api yang sama padahal sebenarnya bisa jadi tidak sama karena setiap hari kereta api tersebut berganti sehingga berbeda baik bentuk gerbong, susunan gerbong, ataupun jumlah gerbongnya. Begitupun samahalnya dengan kata-kata yang diucapkan oleh setiap orang atau individu yang berbeda. Kata yang diucapkan tetaplah sama akan tetapi yang berbeda atau berbeda adalah *the phonic and psychological matter* (Sobur, 2021).

Ketiga tentang bahasa dan tuturan atau *langue* dan *parole*. Menurut (Saussure, 1988) bahasa menjadi keseluruhan kebiasaan dari masyarakat yang secara pasif didapatkan oleh masyarakat serta memungkinkan bagi para

penutur bahasa untuk dapat saling berkomunikasi dan memahami satu sama lain. Sedangkan tuturan merupakan keseluruhan apa yang diucapkan orang meliputi berbagai konstruksi individu yang hadir atas pilihan penutur atau dengan kata lain tuturan adalah manifestasi individu dari bahasa.

Lebih lanjut (Saussure, 1959) menyatakan bahwa jika pembicaraan ingin difahami atau dimengerti maka diperlukan bahasa. Dan untuk membentuk suatu bahasa maka diperlukan berbicara atau suatu pembicaraan. Sehingga dengan hal tersebut maka kemudian pada akhirnya bahasa-bahasa yang digunakan ataupun dipakai pada saat berbicara akan memunculkan serta menghasilkan efek tertentu.

Bahasa merupakan suatu objek yang dimana objek tersebut tidak bergantung terhadap ataupun pada materi tanda yang membentuknya. Adapun tuturan merupakan bagian dari bahasa itu sendiri yang dimana sepenuhnya memiliki sifat individual. Bahasa atau *langue* sebagai sesuatu yang memiliki kode atau sistem tanda sedangkan tuturan atau *parole* sebagai bahasa yang terlihat pada penggunaannya atau sebagai bahasa yang hidup dan disebut living speech.

Kolektif menjadi sifat dari bahasa atau *langue* serta tidak disadari pemakaian oleh penggunannya. Berbeda dengan tuturan atau *parole* yang dimana faktor penggunaan bahasanya justru menjadi lebih diperhatikan. Kata menjadi unit dasar dari bahasa berbeda dengan tuturan dimana unit dasarnya adalah kalimat. Tuturan bersifat diakronik dimana dimensi waktu menjadi pengikat ketika terjadi pembicaraan. Hal tersebut berbeda dengan bahasa

yang bersifat sinkronik dimana arti kode ataupun tanda dianggap baku dan pada akhirnya mudah untuk disusun menjadi suatu sistem (Sobur, 2021).

Keempat tentang sinkronik dan diakronik atau *synchronic* dan *diachronic*. Menurut (Saussure, 1988) dengan mempelajari bahasa berbagai aspek dari bahasa dapat untuk dipahami, akan tetapi berbagai fakta lainnya tidak akan dapat diperoleh bila hanya dipandang secara sinkronis namun perlu dipandang secara diakronis sehingga fakta-fakta tersebut kemudian bisa untuk difahami.

Lebih lanjut (Saussure, 1959) menyatakan bahwa sebuah bahasa menjadi deskripsi tentang keadaan tertentu dari bahasa merupakan maksud dari studi sinkronik. Sinkronik mempelajari bahasa dan tidak mempersoalkan urutan waktu dimana perhatiannya tertuju pada bahasa sezaman yang diucapkan oleh pembicara. Adapun studi tentang perkembangan sejarah dengan melalui waktu dan menelusuri waktu merupakan maksud dari diakronis. Hubungan diantara kata dengan aksent yang sebagai dua istilah yang hidup secara berdampingan menjadi hukum dari sinkronik dan diakronik. Keduanya baik sinkronik ataupun diakronik mempunyai hukum yang sama membahas terkait satuan kata dan akhirnya.

Ferdinand de Saussure menjelaskan bahwa dalam hal linguistik sinkronis menjadi sesuatu yang harus diperhatikan sebelum mengesampingkan pada diakronis. Kedua istilah ini memiliki arti waktu dan masing-masing awalnya yakni kata *syn* memiliki arti bersama dan melalui. Perbedaan antara bahasa sinkronis dan diakronis merupakan salah satu

perbedaan dari konsep serta tata istilah yang ada pada linguistik Ferdinand de Saussure yang digambarkan pada perbandingan antara deskriptif ataupun historis.

Kelima adalah tentang sintagmatik dan paradigmatis atau syntagmatic dan associative. Berbagai bentuk atas bahasa bisa untuk diuraikan dengan secara cermat yakni dengan meneliti hubungan paradigmatis atau sintagmatik. Sintagmatik selalu terbentuk ataupun terdiri atas dua unit kata atau lebih yang saling berurutan yang dimana kombinasi dari kata tersebut didukung oleh linearitas. Sedangkan paradigmatis menjadi bagian dari gudang batin yang membentuk bahasa dalam setiap pembicaraan yang dimana sebagai koordinasi yang terbentuk dari luar wacana dan tidak didukung linearitas (Saussure, 1959).

Semiotika struktural Ferdinand de Saussure berhulu pada teori tentang tanda bahasa dimana tanda terdiri atas *signifier* dan *signified* atau penanda dan petanda yang dimana konvensi sosial merupakan hubungan pemaknaannya. Selain itu bahasa adalah gejala sosial yang sifatnya konvensional dan arbitrer dimana terdiri atas perangkat kaidah sosial dan didasari atas *langue* serta *parole* atau praktik sosial yang dimana *langue* serta *parole* sebagai atau kaidah sistem internal dan praktik sosial (Hoed, 2014). Kemudian hubungan antara tanda bersifat *in-praesentia* dan yang bersifat *in-absentia* atau sintagmatik dan asosiatif. Selanjutnya bahasa bisa didekati berdasarkan perkembangannya dan berdasarkan sistemnya pada kurun waktu tertentu yakni diakronis dan sinkronis atau *synchronic* dan *diachronic*.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan kemudian dijadikan acuan oleh penulis adalah Skripsi (Haq, 2017). Mengetahui makna pesan dalam Iklan Mars Perindo Versi 2 yang disampaikan oleh Hary Tanoesoedibjo menggunakan analisis semiotika merupakan tujuan penelitian pada skripsi ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa audio dan visual adalah tanda yang terkandung dalam iklan mars perindo versi 2. Selain itu dari level realitas ekspresi, pakaian, serta penampilan dari level realitas menunjukkan bahwa sosok pemimpin yang bersih dan peduli dengan rakyatnya dan cocok untuk Indonesia tercermin dalam diri Hary Tanoesoedibjo. Pada level representasi menunjukkan kekuatan partai perindo yang besar dan turun langsungnya Hary Tanoesoedibjo kepada masyarakat tanpa ada rekayasa dengan memanfaatkan dokumentasi media televisi MNC. Pancasila menjadi pondasi utama, pedoman, landasan, serta ideologi Hary Tanoesoedibjo dalam merepresentasikan pancasila.

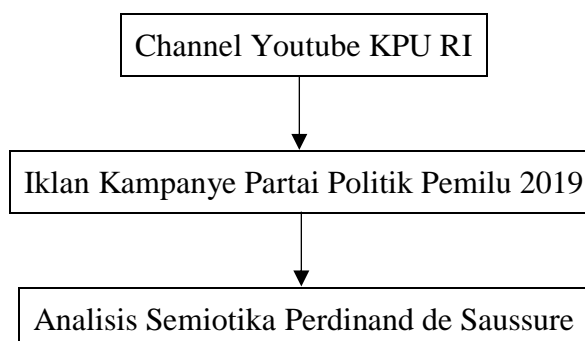
Mengkaji terkait iklan kampanye dengan menggunakan pendekatan semiotika menjadi persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian tersebut. Adapun teori yang digunakan didalam penelitian sebagai pisau analisisnya menjadi perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian penulis. Dimana semiotika John Fiske yang dimana terbentuk atas tiga level yakni level realitas, representasi, dan ideologi menjadi teori yang digunakan pada penelitian tersebut. Sedangkan teori yang dikemukakan oleh tokoh filsuf Saussure yang terbagi kedalam dua bentuk yakni petanda dan penanda menjadi teori yang digunakan oleh penulis.

Selanjutnya penelitian yang relevan dan penulis dijadikan sebagai acuan referensi berikutnya adalah Jurnal (Handayani, 2021). Mengetahui makna pesan yang terkandung dalam iklan kampanye tersebut menggunakan analisis semiotika merupakan tujuan penelitian pada jurnal ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam iklan kampanye ini sosok Jokowi digambarkan sebagai calon pemimpin yang rendah hati dan juga peduli terhadap masyarakat. Hal tersebut tercermin pada aktivitas yang dilakukan Jokowi bersama dengan masyarakat diantaranya yakni memeluk seorang nenek. Dalam iklan kampanye ini menunjukkan kesiapannya Jokowi dan Ma'ruf Amin untuk memimpin Indonesia. Selain itu memperkenalkan sosok presiden Jokowi kepada masyarakat agar meraih suara masyarakat Indonesia untuk memilih Jokowi dan Ma'ruf Amin pada pemilu 2019 juga merupakan sebagai bentuk atas kampanye politiknya.

Mengkaji terkait iklan kampanye dengan menggunakan pendekatan semiotika menjadi persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian tersebut. Adapun teori yang digunakan didalam penelitian sebagai pisau analisisnya menjadi perbedaan ini antara penelitian penulis dengan penelitian tersebut. Dimana semiotika John Fiske yang dimana terbentuk atas tiga level yakni level realitas, representasi, dan ideologi menjadi teori yang akan digunakan pada penelitian tersebut. Sedangkan teori dari Saussure yang terbagi kedalam dua bentuk yakni petanda dan penanda menjadi teori yang digunakan oleh penulis.

### C. Kerangka Pemikiran

**Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran**



Youtube menjadi jenis ataupun bentuk media sosial yang banyak diminati serta digunakan oleh masyarakat secara umum. Dimana dengan melalui perantara youtube setiap penggunaannya dapat untuk mengunggah ataupun mengupload video sesuai dengan apa yang diinginkan. Dalam dunia perpolitikan youtube senantiasa digunakan serta dimanfaatkan oleh partai-partai politik sebagai sarana berkampanye pada suatu kontestasi politik. Channel youtube komisi pemilihan umum republik Indonesia menjadi akun youtube resmi pemerintah Indonesia yang memiliki tugas serta kewenangan untuk memasang iklan kampanye seluruh partai politik yang menjadi partai peserta pada suatu pemilihan umum atau pemilu.

Pemilu 2019 menjadi salah satu ajang kampanye seluruh partai politik. Dalam pemilu ini seluruh partai politik peserta dari pemilu saling bersaing dengan sama-sama menghadirkan iklan kampanye melalui youtube. Setiap iklan kampanye seluruh partai politik pada pemilu 2019 memiliki ciri khas tersendiri dalam setiap iklan kampanye yang ditampilkan. Sehingga dengan hal tersebut dari semua iklan kampanye yang ada menghasilkan berbagai perbedaaan dari masing-masing partai politik.

Seluruh iklan kampanye partai politik dari masing-masing partai peserta pemilu yang muncul tentunya memiliki makna yang beragam dari setiap partai politik. Dari hal inilah penulis akan meneliti iklan kampanye dari seluruh partai politik tersebut dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure sebagai kajian tentang tanda yang dimana tanda bagi Saussure terbagi ataupun terbentuk atas dua komponen yakni *signified* atau penanda dan *signifier* atau petanda.