

Analisis Semiotika Komunikasi Visual pada Iklan Layanan Masyarakat tentang Tolak Politik Uang Karya TVRI Nasional

Muhammad Iqbal Ardiansyah ^{a,1}, Miftahul Adi Sumianto^b

^aUniversitas Hayam Wuruk Perbanas

^bUniversitas Hayam Wuruk Perbanas

¹ 202302031006@mhs.hayamwuruk.ac.id*

* Corresponding Author

Abstract

This study aims to examine the meaning conveyed in the Public Service Advertisement (PSA) "Reject Money Politics" produced by TVRI Nasional. The research focuses on analyzing verbal and visual signs in constructing social messages related to the rejection of money politics practices. This study employs a descriptive qualitative method using Roland Barthes' semiotic approach to explore denotative and connotative meanings within the advertisement. In addition, the study applies the 5W+1H analysis to identify communication strategies and Robert N. Entman's framing analysis to understand how social reality is constructed in the media. The results show that the PSA utilizes visual elements such as illustration, color, typography, and composition, along with verbal elements including narration and text, to deliver persuasive messages. The advertisement successfully represents money politics as a social issue closely related to everyday life while promoting moral awareness to reject such practices. However, the message tends to emphasize individual responsibility, thus not fully capturing the broader structural factors influencing the issue.

Progress Artikel

Dikirim 2026-05-10

Revisi 2025-07-06

Diterima 2026-07-16

Keyword

Public Service
Advertisement,
Semiotics, Money
Politics, Visual
Communication

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi pesan anti-politik uang pada Iklan Layanan Masyarakat *Tolak Politik Uang* karya TVRI Nasional melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Penelitian secara khusus mengkaji (1) makna denotatif yang dibangun melalui tanda visual dan verbal, (2) makna konotatif yang merepresentasikan nilai sosial penolakan politik uang, dan (3) mitos atau ideologi demokrasi yang dikonstruksi melalui representasi visual dalam iklan tersebut. Fokus penelitian terletak pada pesan sosial mengenai penolakan praktik politik uang. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna denotatif dan konotatif dalam iklan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis 5W+1H untuk mengidentifikasi strategi komunikasi serta analisis framing model Robert N. Entman untuk melihat bagaimana realitas sosial dikonstruksi dalam media.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ILM ini memanfaatkan elemen visual seperti ilustrasi, warna, tipografi, dan komposisi, serta elemen verbal berupa narasi dan teks untuk membangun pesan yang persuasif. Iklan ini berhasil merepresentasikan praktik politik uang sebagai masalah sosial yang dekat dengan kehidupan masyarakat serta membangun kesadaran moral untuk menolaknya. Penyampaian pesan masih cenderung menitikberatkan pada peran individu, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan kompleksitas faktor yang memengaruhi praktik tersebut.

1. Pendahuluan

Praktik politik uang masih menjadi salah satu permasalahan krusial dalam kehidupan demokrasi di Indonesia. Fenomena ini tidak hanya mencederai prinsip keadilan dalam pemilihan umum, tetapi juga berdampak pada menurunnya kualitas kepemimpinan serta melemahnya kepercayaan publik terhadap sistem demokrasi. Di tengah meningkatnya intensitas kontestasi politik, praktik politik uang cenderung semakin masif dan terselubung, sehingga sulit terdeteksi secara langsung.

Praktik politik uang dalam pemilihan kepala daerah di berbagai tempat menghilangkan kesempatan untuk munculnya pemimpin yang berkualitas. Pada akhirnya, hanya mereka yang memiliki uang yang terpilih. Para pemimpin memegang kedaulatan dan mengontrol kekuasaan yang dalam konteks ekonomi, praktik politik uang mendorong tindakan korupsi yang dapat menghambat pertumbuhan ekonomi suatu negara. Politik uang juga dapat menyebabkan kebencian dan permusuhan di antara anggota masyarakat. Selain itu, kepala daerah yang terpilih melalui praktik politik uang biasanya tidak amanah dan cenderung menjadi pejabat yang korup (Begouvic & Cuan, 2021, hlm. 105).

Politik uang adalah praktik memberi sesuatu kepada pemilih untuk memengaruhi keputusan mereka dalam Pilkada. Praktik ini melibatkan transaksi di mana calon atau tim sukses memberikan uang atau barang, seperti sembako, sebagai imbalan dengan harapan mendapatkan suara masyarakat. Ini adalah salah satu bentuk korupsi yang dapat merusak integritas proses demokrasi. Menurut Begouvic (2021), pemimpin daerah yang terpilih melalui praktik politik uang biasanya tidak menjalankan tugasnya dengan baik dan menjadi pemimpin yang korup. Selain itu, praktik ini membangun budaya dalam Pilkada di mana masyarakat menganggap menerima imbalan dari calon sebagai hal yang biasa. Dampaknya, kualitas demokrasi dan integritas pemimpin yang terpilih akan menurun. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menolak politik uang menjadi sangat penting dan relevan untuk dikaji pada saat ini.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) memiliki peran strategis sebagai instrumen komunikasi sosial yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif dan persuasif kepada masyarakat. Dalam konteks kampanye “Tolak Politik Uang”, ILM berfungsi sebagai media yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk kesadaran kolektif mengenai pentingnya menjaga integritas dalam proses demokrasi. Iklan Layanan Masyarakat memanfaatkan berbagai simbol visual dan verbal untuk membangun makna yang dapat memengaruhi persepsi audiens. Elemen visual seperti warna, ekspresi tokoh, gestur, setting, serta komposisi gambar digunakan untuk merepresentasikan realitas sosial yang berkaitan dengan praktik politik uang. Sementara itu, elemen verbal seperti narasi dan teks berperan dalam memperkuat pesan yang ingin disampaikan secara eksplisit maupun implisit.

Penelitian mengenai iklan layanan masyarakat dalam lima tahun terakhir menunjukkan bahwa media audiovisual memiliki kemampuan membangun kesadaran publik melalui representasi visual, narasi persuasif, serta simbol-simbol budaya yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Berbagai penelitian menjelaskan bahwa efektivitas iklan layanan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh kejelasan pesan verbal, tetapi juga oleh konstruksi makna visual yang mampu membentuk interpretasi sosial audiens. Dalam konteks komunikasi visual, tanda-tanda yang ditampilkan melalui warna, ekspresi tokoh, gestur, tipografi, komposisi, maupun simbol tertentu merupakan elemen penting yang bekerja secara simultan dalam menghasilkan makna sosial.

Penelitian mengenai iklan layanan masyarakat banyak berfokus pada efektivitas penyampaian pesan (Machin, 2020; Rose, 2022). Penelitian lain menitikberatkan pada strategi komunikasi visual dalam kampanye sosial. Sementara itu, studi semiotika Roland Barthes lebih banyak diterapkan pada iklan komersial maupun media populer dibandingkan iklan layanan masyarakat bertema politik.

Penelitian mengenai kampanye anti politik uang umumnya menelaah aspek komunikasi politik dan perilaku pemilih, namun belum banyak mengkaji bagaimana tanda visual membangun makna ideologis melalui sistem denotasi, konotasi, dan mitos.

Keunikan dari ILM “Tolak Politik Uang” terletak pada penggunaan pendekatan visual yang simbolik dan emosional dalam menyampaikan pesan sosial. Iklan ini tidak hanya menampilkan realitas secara langsung, tetapi juga membangun representasi makna melalui ekspresi tokoh, situasi naratif, serta penggunaan elemen visual dan audio yang sarat dengan pesan konotatif. Hal ini

membedakannya dari penelitian sebelumnya yang cenderung lebih berfokus pada aspek efektivitas komunikasi dibandingkan dengan analisis makna.

Oleh karena itu, berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi unsur-unsur visual sebagai komponen desain komunikasi visual, tetapi juga menginterpretasikan bagaimana tanda-tanda tersebut membangun sistem makna menurut konsep semiotika Roland Barthes. Dengan demikian, novelty penelitian ini terletak pada analisis representasi pesan anti politik uang melalui tiga tingkat pemaknaan Barthes, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, sehingga mampu menjelaskan bagaimana iklan layanan masyarakat mengonstruksi ideologi mengenai demokrasi yang bersih melalui komunikasi visual. Penelitian ini berupaya mengisi celah (gap) tersebut dengan mengkaji makna konotasi yang terkandung dalam tanda-tanda visual dan verbal pada ILM “Tolak Politik Uang” melalui pendekatan semiotika.

Semiotika adalah ilmu yang digunakan untuk mengartikan suatu tanda. Bahasa adalah lapisan atas tanda-tanda yang memiliki pesan tertentu dari masyarakat (Arum). Teori semiotika dianggap sangat penting karena tata bahasa adalah tanda. Oleh karena itu, bahasa mengandung penanda dan petanda. Semiotika memiliki peranan besar dalam mengartikan banyak hal. Mempelajari tanda atau lambang berarti mempelajari bahasa, meskipun secara sekilas bahasa tidak memiliki arti apa-apa. Menurut Barthes, semiotika adalah ilmu yang menafsirkan tanda-tanda. Bahasa juga merupakan gabungan dari tanda-tanda yang memiliki pesan tertentu dari masyarakat. Tanda bisa berupa lagu, dialog, catatan, logo, gambar, ekspresi wajah, atau gerak tubuh. Gerakan tubuh adalah suatu gerakan yang dilakukan seseorang tanpa sadar dan tanpa rekayasa.

Menurut Roland Barthes (1977), tanda merupakan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang menghasilkan makna denotatif sebagai makna tingkat pertama. Makna tersebut kemudian berkembang menjadi makna konotatif yang dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya, pengalaman sosial, serta ideologi masyarakat. Pada tingkat yang lebih tinggi, konotasi yang terus direproduksi akan membentuk mitos (*myth*), yaitu sistem pemaknaan yang dianggap alamiah sehingga diterima sebagai kebenaran sosial. Oleh karena itu, semiotika Barthes tidak hanya digunakan untuk mengidentifikasi tanda yang tampak secara visual, tetapi juga untuk mengungkap bagaimana media membangun realitas sosial melalui representasi visual maupun verbal.

Dalam konteks iklan layanan masyarakat, pendekatan Barthes memungkinkan peneliti menjelaskan bagaimana elemen-elemen visual seperti warna, ekspresi tokoh, komposisi, gestur, tipografi, serta narasi verbal tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetis, tetapi juga sebagai sistem tanda yang membentuk makna ideologis mengenai praktik politik uang. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai pendekatan utama untuk menginterpretasikan makna denotatif, konotatif, serta mitos yang dibangun melalui representasi visual dalam Iklan Layanan Masyarakat *Tolak Politik Uang* karya TVRI Nasional.

Berdasarkan telaah tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai representasi pesan anti politik uang dalam iklan layanan masyarakat melalui perspektif semiotika Barthes. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis konstruksi makna visual dan verbal pada ILM TVRI Nasional.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretatif untuk mengkaji representasi pesan anti politik uang dalam Iklan Layanan Masyarakat (ILM) *Tolak Politik Uang* karya TVRI Nasional. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami konstruksi makna yang dibangun melalui sistem tanda visual dan verbal, bukan mengukur hubungan antarvariabel secara kuantitatif. Paradigma interpretatif memungkinkan peneliti mengungkap bagaimana realitas sosial mengenai praktik politik uang direpresentasikan melalui simbol, narasi, dan elemen visual yang muncul dalam iklan.

Pendekatan analisis utama yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes. Menurut Barthes, proses pemaknaan berlangsung melalui dua tingkat signifikasi, yaitu denotasi sebagai makna literal yang muncul dari hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), kemudian berkembang menjadi konotasi sebagai makna budaya yang dipengaruhi oleh pengalaman sosial,

nilai, dan ideologi. Konotasi yang terus direproduksi selanjutnya membentuk mitos (*myth*), yaitu sistem pemaknaan yang menaturalisasi suatu ideologi sehingga diterima sebagai sesuatu yang wajar dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi unsur-unsur visual dalam iklan, tetapi juga menafsirkan bagaimana unsur-unsur tersebut membangun representasi ideologis mengenai demokrasi yang bebas dari praktik politik uang.

Objek penelitian adalah video Iklan Layanan Masyarakat *Tolak Politik Uang* yang dipublikasikan oleh TVRI Nasional melalui media televisi dan kanal YouTube resmi TVRI Nasional pada tanggal 11 Januari 2024 dengan durasi 1 menit 31 detik. Unit analisis dalam penelitian ini berupa beberapa adegan (*scene*) yang dipilih secara purposive berdasarkan intensitas kemunculan tanda visual maupun verbal yang dianggap paling representatif dalam membangun pesan utama iklan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan menonton video secara berulang untuk mengidentifikasi struktur narasi, ekspresi tokoh, gestur, komposisi visual, tipografi, warna, narasi, dan teks yang muncul pada setiap adegan. Selanjutnya dokumentasi dilakukan dengan mengambil tangkapan layar (*screenshot*) pada adegan-adegan utama sebagai unit analisis yang kemudian dianalisis menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes.

Analisis data dilakukan melalui empat tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi unit analisis berupa adegan-adegan penting yang memuat pesan utama mengenai penolakan politik uang. Tahap kedua adalah identifikasi penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang muncul pada setiap adegan. Tahap ketiga adalah interpretasi makna denotatif, konotatif, dan mitos berdasarkan konsep semiotika Roland Barthes. Tahap keempat merupakan sintesis hasil analisis menggunakan model framing Robert N. Entman yang meliputi *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation* untuk menjelaskan bagaimana iklan membingkai praktik politik uang sebagai realitas sosial yang harus ditolak.

2.1 Subjek Riset

Subjek penelitian ini adalah video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) “Tolak Politik Uang” yang dipilih karena memiliki karakteristik yang representatif dan signifikan. Pemilihan ILM ini mengangkat isu sosial politik yang aktual serta memiliki urgensi tinggi dalam konteks demokrasi di Indonesia. Selain itu, ILM ini dipandang kaya akan komponen verbal dan visual yang saling mendukung dalam membangun makna.

Dari aspek visual, iklan ini menampilkan elemen-elemen seperti ekspresi tokoh, gestur tubuh, komposisi gambar, penggunaan warna, serta setting yang berfungsi sebagai tanda dalam menyampaikan pesan secara simbolik.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi nonpartisipan dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan menonton video Iklan Layanan Masyarakat “Tolak Politik Uang” secara berulang untuk memahami struktur naratif, elemen visual, serta pesan yang disampaikan. Selanjutnya, dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil tangkapan layar (*screenshot*) pada bagian-bagian penting dalam video dari platform *youtube* yang diproduksi oleh TVRI Nasional pada 11 Januari 2024.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) “Tolak Politik Uang” merupakan kampanye komunikasi visual yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya praktik politik uang dalam proses demokrasi. Iklan ini diproduksi dan disiarkan melalui media televisi nasional serta didistribusikan kembali melalui berbagai platform media digital sebagai bagian dari upaya edukasi publik menjelang momentum politik.

Iklan ini ditemukan oleh peneliti melalui penelusuran media online dengan memasukkan kata kunci “Iklan Layanan Masyarakat Tolak Politik Uang” pada kolom pencarian di platform digital. Proses pencarian dilakukan secara sistematis untuk memperoleh data yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya yang berkaitan dengan analisis tanda verbal dan visual dalam konteks komunikasi sosial. Berdasarkan hasil penelusuran tersebut, diperoleh data sebagai berikut:

1. **Judul ILM** : Tolak Politik Uang
2. **Media Publikasi** : Televisi dan platform digital (YouTube)
3. **Durasi** : 1 menit 31 detik



Gambar Gambar 3 Iklan layanan masyarakat detik “Tolak Politik Uang” Sumber :
Youtube TVRI Nasional

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) “Tolak Politik Uang” mengangkat isu praktik politik uang yang kerap terjadi dalam kehidupan masyarakat menjelang pemilihan umum. Iklan ini menampilkan situasi sosial yang merepresentasikan interaksi antara pemberi dan penerima uang dalam konteks pemilihan, yang sering kali dianggap sebagai hal yang lumrah.

Melalui pendekatan visual yang sederhana namun sarat makna, iklan ini menunjukkan dampak negatif dari praktik tersebut terhadap kualitas demokrasi. Ekspresi tokoh, gestur, serta situasi yang ditampilkan menggambarkan adanya konflik moral dalam diri individu ketika dihadapkan pada pilihan untuk menerima atau menolak politik uang.

Selain itu, iklan ini juga menekankan pentingnya kesadaran dan keberanian masyarakat untuk menolak praktik tersebut sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Pesan disampaikan secara persuasif melalui kombinasi elemen visual dan verbal yang bertujuan membangun pemahaman serta mendorong perubahan sikap masyarakat agar tidak terlibat dalam praktik politik uang.

3.1 Tanda Verbal

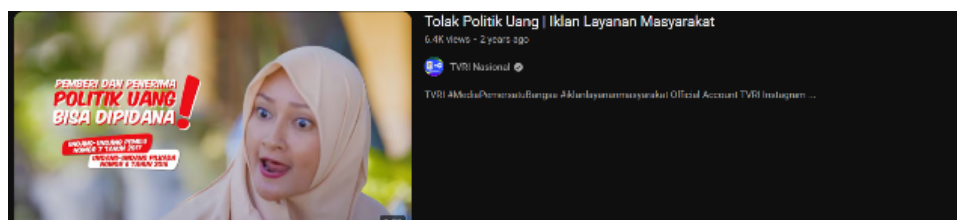
Analisis semiotika dalam penelitian ini dilakukan terhadap sejumlah adegan yang dipilih karena merepresentasikan pesan utama mengenai penolakan praktik politik uang. Setiap adegan dianalisis berdasarkan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang kemudian diinterpretasikan melalui tiga tingkat pemaknaan Roland Barthes, yaitu makna denotatif, makna konotatif, dan mitos. Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana elemen-elemen visual dan verbal tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetis, tetapi juga membangun representasi ideologis mengenai pentingnya menjaga integritas demokrasi melalui penolakan terhadap praktik politik uang.

Tanda verbal dikenalkan sebagai salah satu bentuk tanda pada sistem tanda yang ada dalam iklan layanan masyarakat, yaitu dengan mengenali komponen-komponen bahasa dalam iklan, termasuk headline, subheading, dan body copy. Analisis tanda verbal dilakukan berdasarkan aspek kebahasaan, yakni gaya bahasa yang digunakan, tema pesan yang ingin ditransmisikan, dan makna atau konsep yang dibentuk dari bahasa tersebut. Tanda verbal dapat dikatakan sebagai bentuk pesan

berbahasa yang difungsikan untuk mentransmisikan informasi, meyakinkan, dan membentuk makna bagi pengauditan. (Tinarbuko, 2016, hlm. 184).

Penggunaan tanda verbal pada “Tolak Politik Uang” berfungsi sebagai ajakan persuasif yang menegaskan sikap penolakan terhadap praktik politik uang, sekaligus menjadi inti pesan dari video tersebut. Sementara, sebelah judul menunjukkan bahwa Iklan Layanan Masyarakat ini bersifat edukatif kepada masyarakat atau audiens.

Bodycopy atau deskripsi yang tertera pada Iklan Layanan Masyarakat ini menunjukkan hashtag seperti #MediaPemersatuBangsa dan #IklanLayananMasyarakat. Hal tersebut dapat memperkuat ataupun mempermudah audiens untuk mencari Iklan Layanan Masyarakat tersebut.



Gambar 1. Thumbnail dan judul iklan layanan masyarakat “Tolak Politik Uang”
Sumber : Youtube TVRI Nasional

3.2 Tanda Visual

Tanda visual diperkenalkan sebagai bagian dari sistem tanda dalam desain komunikasi visual, terutama dalam iklan layanan masyarakat. Tanda visual tidak dijelaskan dengan satu definisi, tetapi dipahami melalui unsur-unsur pembentuknya, seperti ilustrasi, logo, tipografi, warna, dan tata letak. Unsur-unsur ini berfungsi sebagai media penyampaian pesan secara nonverbal. Mereka dapat membangun makna melalui representasi visual. Sehingga, tanda visual dalam konteks ini adalah semua elemen visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Pesan-pesan ini kemudian dianalisis lebih lanjut dengan pendekatan semiotika untuk memahami makna yang terkandung di dalamnya. (Tinarbuko, 2016, hlm. 184).

Tabel 1. Analisis Semiotika Roland Barthes pada Scene 1

Unsur Analisis	Hasil Interpretasi
Signifier	Tanda silang merah menutupi tulisan "Politik Uang", ekspresi wajah tokoh yang menunjukkan penolakan, dan tipografi huruf kapital berwarna putih.
Signified	Larangan terhadap praktik politik uang sebagai tindakan yang merugikan masyarakat.
Denotasi	Terlihat simbol silang merah pada tulisan "Politik Uang" disertai ekspresi tokoh yang sedang memberikan penolakan.
Konotasi	Simbol silang merah merepresentasikan sikap penolakan sosial terhadap praktik politik uang. Penggunaan warna merah memperkuat makna bahaya, larangan, dan peringatan kepada masyarakat agar tidak menerima maupun memberikan uang dalam proses pemilihan umum.
Mitos	Demokrasi yang ideal dibangun melalui partisipasi politik yang bebas dari transaksi ekonomi. Politik uang diposisikan sebagai perilaku yang bertentangan dengan nilai kejujuran dan integritas demokrasi sehingga harus ditolak secara kolektif oleh masyarakat.

Dari segi *ilustrasi*, scene menunjukkan interaksi sekelompok ibu-ibu dalam lingkungan rumah yang mencerminkan kehidupan sosial sehari-hari. Aktivitas ini menunjukkan bahwa praktik politik uang tidak hanya terjadi di ruang formal, tetapi juga memengaruhi kehidupan masyarakat secara langsung. Representasi visual ini menjadi tanda yang mengarah pada realitas sosial yang dekat

dengan audiens. Selanjutnya, dari segi **tipografi**, teks "POLITIK UANG" ditulis menggunakan huruf kapital dengan bentuk tebal dan kontras tinggi. Penggunaan huruf kapital dan ketebalan font menekankan pesan utama yang ingin disampaikan. Selain itu, simbol tanda silang (X) yang melintang di belakang teks memperkuat makna penolakan secara visual. Tipografi di sini tidak hanya berfungsi sebagai elemen informatif, tetapi juga sebagai alat persuasif yang memandu interpretasi audiens. Dari segi **warna**, penggunaan warna merah pada tanda silang mengisyaratkan larangan, bahaya, dan peringatan. Di sisi lain, warna putih pada teks memberikan kesan jelas dan menekankan pesan yang disampaikan. Warna-warna natural pada latar, seperti hijau dan cokelat, menggambarkan lingkungan sehari-hari masyarakat, sehingga memperkuat konteks sosial yang ditampilkan dalam iklan. Dari segi **tata letak (layout)**, komposisi visual menempatkan teks "POLITIK UANG" sebagai fokus utama dengan posisi dominan di tengah frame. Elemen visual lain, seperti tokoh dan latar, berfungsi sebagai pendukung yang mengarahkan perhatian audiens pada pesan utama. Pengaturan komposisi ini menunjukkan adanya strategi visual yang terencana untuk memperkuat penyampaian pesan secara efektif. Secara keseluruhan, keempat elemen visual ini berfungsi bersama untuk membangun makna konotatif yang menegaskan bahwa praktik politik uang harus ditolak. Integrasi ilustrasi, tipografi, warna, dan layout menjadikan pesan dalam iklan ini tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dan mudah dipahami oleh audiens.



Gambar 2 Iklan layanan masyarakat detik ke-0:55 “Tolak Politik Uang”
Sumber : Youtube TVRI Nasional

Hasil analisis menunjukkan bahwa tanda silang merah tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual larangan, tetapi juga membangun sistem makna yang lebih luas mengenai hubungan antara demokrasi dan integritas moral. Pada tingkat denotatif, simbol tersebut secara langsung menginformasikan adanya penolakan terhadap politik uang. Namun pada tingkat konotatif, tanda tersebut mengonstruksi persepsi bahwa praktik politik uang merupakan tindakan yang tidak dapat ditoleransi karena berpotensi merusak kualitas demokrasi. Melalui proses signifikasi kedua, representasi tersebut berkembang menjadi mitos bahwa pemilu yang demokratis hanya dapat diwujudkan apabila masyarakat menolak segala bentuk transaksi ekonomi dalam proses politik. Dengan demikian, tanda visual tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mereproduksi ideologi mengenai demokrasi yang bersih

Tabel 2. Analisis Semiotika Roland Barthes pada Scene 2

Unsur Analisis	Hasil Interpretasi
Signifier	Sekelompok ibu-ibu berkumpul di lingkungan permukiman sambil memperhatikan percakapan mengenai politik uang.

Signified	Praktik politik uang hadir dalam kehidupan sosial masyarakat sehari-hari.
Denotasi	Adegan memperlihatkan interaksi antarwarga di lingkungan permukiman.
Konotasi	Lingkungan domestik menunjukkan bahwa politik uang bukan hanya persoalan elite politik, tetapi telah memasuki ruang sosial masyarakat akar rumput.
Mitos	Politik uang dipandang sebagai persoalan sosial yang hanya dapat diatasi melalui kesadaran kolektif masyarakat, bukan semata-mata melalui penegakan hukum.

Representasi lingkungan permukiman menjadi strategi visual untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Pada tingkat denotatif, adegan hanya memperlihatkan interaksi sosial yang berlangsung di lingkungan masyarakat. Akan tetapi, pada tingkat konotatif, ruang domestik tersebut menjadi metafora bahwa praktik politik uang telah menjadi bagian dari realitas sosial yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Barthes menyebut proses ini sebagai pembentukan makna budaya, ketika objek visual sederhana memperoleh makna ideologis melalui pengalaman kolektif masyarakat. Oleh karena itu, mitos yang dibangun dalam adegan ini adalah bahwa keberhasilan demokrasi tidak hanya bergantung pada penyelenggara pemilu, tetapi juga pada partisipasi aktif masyarakat dalam menolak praktik politik uang.

3.3 Instrumen Analisis

Pendekatan 5W+1H (what, who, when, where, why, dan how) digunakan untuk mengidentifikasi dan menguraikan struktur pesan yang disampaikan dalam video ILM. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengkaji isu utama yang diangkat (what), siapa pihak yang terlibat atau menjadi sasaran pesan (who), kapan dan dalam konteks apa peristiwa tersebut terjadi (when), di mana latar peristiwa berlangsung (where), mengapa pesan tersebut disampaikan (why), serta bagaimana cara penyampaian pesan melalui elemen visual dan verbal (how). Dengan demikian, analisis 5W+1H membantu mengungkap strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara sistematis dan menyeluruh. Selanjutnya, penelitian ini juga menggunakan analisis framing model Robert N. Entman untuk mengidentifikasi bagaimana realitas sosial terkait praktik politik uang dibentuk dalam media. Model framing Entman meliputi empat elemen utama: (1) *define problems* (pendefinisian masalah), (2) *diagnose causes* (penyebab masalah), (3) *make moral judgment* (penilaian moral), dan (4) *treatment recommendation* (rekomendasi penyelesaian). Melalui keempat elemen tersebut, peneliti dapat menganalisis bagaimana isu politik uang dipilih, disusun, dan ditonjolkan dalam ILM, sehingga membentuk pemahaman tertentu di benak audiens.

3. 4 Analisis 5W + 1H

a. What (Apa isu yang dibawa dan nilai jualnya)

Isu utama yang diangkat dalam ILM ini adalah praktik politik uang sebagai masalah sosial yang merusak tatanan demokrasi. Nilai yang ditawarkan dalam iklan ini adalah pentingnya integritas, kejujuran, dan kesadaran masyarakat dalam menolak praktik tersebut. Iklan ini tidak menjual produk komersial. Sebaliknya, ia menawarkan nilai moral berupa ajakan untuk bersikap kritis dan bertanggung jawab dalam proses politik.

b. Who (Siapa target audiens)

Target audiens dalam ILM ini adalah masyarakat umum, terutama kelompok kelas menengah ke bawah yang sering menjadi sasaran praktik politik uang. Selain itu, audiens juga mencakup pemilih pemula dan masyarakat yang terlibat langsung dalam proses pemilihan umum. Representasi tokoh dalam iklan, seperti ibu-ibu di lingkungan domestik, menunjukkan segmentasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat.

c. Why (Mengapa audiens perlu mengikuti pesan tersebut)

Motif utama dalam iklan ini adalah kesadaran moral dan tanggung jawab sosial. Audiens didorong untuk memahami bahwa menerima politik uang dapat berdampak buruk terhadap kualitas

kepemimpinan dan masa depan demokrasi. Melalui pendekatan emosional dan representasi realitas sosial, iklan ini memberikan alasan kuat bahwa menolak politik uang adalah tindakan yang tepat secara etika dan penting untuk kepentingan bersama.

d. Where (Di mana pesan disampaikan dan direpresentasikan)

Pesan dalam ILM ini cocok disampaikan menjelang pelaksanaan pemilihan umum, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dari segi lokasi, representasi lingkungan masyarakat seperti permukiman warga yang menunjukkan bahwa praktik politik uang terjadi dalam ruang sosial yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Ini menjadikan pesan lebih relevan dan mudah diterima oleh audiens dalam situasi nyata.

e. When (Kapan waktu yang tepat penyampaian pesan)

Pesan dalam Iklan Layanan Masyarakat ini direpresentasikan melalui latar lingkungan sosial yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, seperti permukiman warga dan ruang domestik. Pemilihan setting ini menunjukkan bahwa praktik politik uang tidak hanya terjadi dalam ruang formal seperti kegiatan kampanye atau institusi politik, tetapi juga hadir dalam interaksi sosial di tingkat akar rumput. Dengan menampilkan situasi yang familiar, iklan ini membangun kedekatan emosional dengan audiens sehingga mereka lebih mudah memahami dan merasakan relevansi pesan yang disampaikan. Selain itu, latar tersebut juga berfungsi sebagai simbol bahwa praktik politik uang merupakan bagian dari realitas sosial yang nyata dan dapat terjadi di sekitar kehidupan masyarakat.

f. How (Bagaimana strategi media menyampaikan pesan)

Strategi penyampaian pesan dalam ILM ini dilakukan melalui media audiovisual, terutama televisi dan platform digital. Penggunaan media audiovisual memungkinkan integrasi antara elemen visual dan audio untuk menyampaikan pesan yang lebih kuat dan persuasif. Selain itu, penyajian dalam bentuk cerita yang sederhana namun emosional menjadi cara efektif untuk menarik perhatian audiens. Pemanfaatan simbol visual, tipografi yang jelas, serta narasi yang ringkas menunjukkan bahwa strategi komunikasi dirancang untuk memaksimalkan daya tarik dan pemahaman pesan secara luas.

3. 5 Analisis Framing Pesan Visual

Analisis framing sebenarnya merupakan salah satu metode analisis media, dan masih ada banyak metode analisis media lainnya, seperti analisis konten dan analisis semiotik. Jika dilihat dari sudut pandang dasar, analisis framing berarti menganalisis bagaimana media atau jurnalis membingkai suatu peristiwa atau kejadian.

Tabel 1. Analisis Framing Visual

Defining	Dalam iklan ini, “uang politik” digambarkan sebagai momok dalam kehidupan demokrasi. Praktik ini tidak digambarkan sekadar sebagai transaksi biasa, melainkan sebagai sesuatu yang dapat merusak nilai kejujuran dan keadilan. Dengan mengangkat latar yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari, iklan ini ingin menyampaikan bahwa politik uang adalah ancaman nyata yang sangat berpotensi menghantui kita di lingkungan masyarakat.
Diagnoses Causes	Penyebab dari permasalahan ini bukan hanya terletak pada pihak pemberi uang, tetapi juga pada masyarakat yang menerimanya. Iklan tersebut secara tidak langsung menggambarkan bagaimana praktik politik uang dapat terjadi karena adanya kerja sama antara kedua pihak tersebut. Dengan kata lain, budaya yang memandang hal tersebut sebagai sesuatu yang lumrah justru memperkuat praktik tersebut.
Make Moral Judgement	Iklan ini bertujuan untuk menyuarakan nilai moral, bahwa kekuasaan uang dalam politik adalah salah dan bertentangan dengan nilai-nilai kejujuran. Sikap menolak praktik politik uang dapat dianggap sebagai sikap yang benar dan bertanggung jawab. Dengan pendekatan emosional serta situasi yang sangat nyata, iklan ini berusaha membangun kesadaran bahwa setiap orang memiliki tanggung jawab untuk menjaga kualitas demokrasi.

Treatment Recommendation	Sebagai seruan untuk bertindak, iklan ini hanya meminta masyarakat untuk menolak “uang politik”. Seruan ini disampaikan
---------------------------------	---

4. SINTETIS PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis yang telah dibahas sebelumnya, iklan layanan masyarakat “Tolak Politik Uang” dapat dianggap efektif dalam menyampaikan pesannya melalui simbol-simbol yang bermakna. Hal ini terlihat dari cara pesan yang disusun dipahami, diterima, dan memberikan pengaruh pada audiens. Dari segi kejelasan, pesan dalam iklan ini cukup jelas dan mudah dipahami. Kesederhanaan bahasa, dikombinasikan dengan visual yang erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari, memungkinkan audiens untuk langsung memahami makna iklan tanpa menimbulkan kesalahpahaman. Kemudian, dari aspek kebenaran, pesan tersebut relevan dengan realitas sosial zaman kita, terutama mengenai politik uang dalam prosedur demokrasi. Tidak ada yang berlebihan dalam iklan ini; hanya potongan pengalaman yang sangat umum, yang membuat pesan terasa relevan daripada dibuat-buat. Dari sisi kebenaran, representasi dalam iklan ini dapat dipertanggungjawabkan karena didasarkan pada kondisi sosial nyata. Visualisasi menunjukkan situasi umum sehingga audiens dapat mengaitkan pesan tersebut dengan pengalaman pribadi atau lingkungan mereka. Selain itu, dalam hal meyakinkan, produk tersebut mampu menciptakan daya tarik dan argumen logis secara bersamaan yang menyentuh perasaan penonton. Narasi, ekspresi karakter, dan simbol visual yang digunakan secara terpadu membuat pesan tidak hanya masuk melalui akal sehat penonton, tetapi juga mengubah sikap dan kesadaran mereka.

Hasil analisis semiotika menunjukkan bahwa seluruh tanda visual dan verbal dalam iklan secara konsisten membangun representasi mengenai politik uang sebagai ancaman terhadap demokrasi. Temuan tersebut kemudian dipertegas melalui analisis framing Robert N. Entman yang menunjukkan bahwa iklan tidak hanya mendefinisikan politik uang sebagai suatu permasalahan sosial (*define problems*), tetapi juga mengidentifikasi penyebabnya (*diagnose causes*), memberikan penilaian moral (*make moral judgement*), serta menawarkan solusi berupa penolakan kolektif terhadap praktik politik uang (*treatment recommendation*). Dengan demikian, analisis framing berfungsi memperkuat hasil interpretasi semiotika Barthes bahwa representasi visual dalam iklan bekerja sebagai instrumen pembentukan ideologi demokrasi yang bersih dan berintegritas.

5. KRITERIA PENILAIAN RUBRIK

Berdasarkan hasil pembahasan, Iklan Layanan Masyarakat “Tolak Politik Uang” menunjukkan kemampuan yang baik dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Pesan utama disampaikan dengan jelas melalui bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Hal ini menghindari berbagai penafsiran. Alur cerita yang ditampilkan cenderung langsung dan tidak berbelit. Visual yang digunakan dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti interaksi antarindividu. Ini membantu audiens memahami konteks pesan dengan cepat dan jelas. Dilihat dari aspek kebenaran dan keterkaitan dengan realitas, iklan ini mengangkat fenomena yang sering terjadi di masyarakat, yaitu praktik politik uang dalam proses demokrasi. Penggambaran situasi terasa realistis dan relevan, sehingga audiens dapat menghubungkannya dengan pengalaman atau lingkungan sosial mereka.

Dengan demikian, pesan yang disampaikan terkesan nyata, mencerminkan kondisi yang benar-benar ada. Dari sisi kekuatan persuasi, iklan ini mampu menciptakan kesan yang kuat melalui kombinasi elemen visual dan narasi. Ekspresi tokoh, suasana yang ditampilkan, serta penggunaan simbol penolakan memberikan dorongan emosional yang memperkuat pesan utama. Ajakan untuk menolak politik uang disampaikan dengan tegas, namun tetap komunikatif. Ini berpotensi memengaruhi cara pandang dan sikap audiens terhadap isu tersebut. Namun, terdapat keterbatasan dalam penyampaian pesan. Iklan ini lebih menekankan pada peran individu dalam menyikapi praktik politik uang. Sementara itu, faktor lain yang lebih luas, seperti pengaruh lingkungan sosial atau sistem yang mendukung praktik tersebut, belum tergambarkan secara mendalam. Hal ini membuat representasi masalah cenderung berfokus pada aspek personal, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan kompleksitas isu yang ada.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, Iklan Layanan Masyarakat “Tolak Politik Uang” menunjukkan efektivitas dalam menyampaikan pesan sosial melalui integrasi elemen visual dan verbal yang dirancang secara strategis. Pendekatan semiotika yang digunakan mampu mengungkap makna denotatif dan konotatif yang terkandung dalam iklan, sehingga memperlihatkan bagaimana pesan penolakan terhadap praktik politik uang dikonstruksi secara simbolik dan persuasif.

Pemanfaatan unsur visual seperti ilustrasi, warna, tipografi, serta komposisi, yang didukung oleh narasi verbal yang sederhana dan komunikatif, berkontribusi terhadap kejelasan dan keterpahaman pesan oleh audiens. Selain itu, representasi realitas sosial yang dekat dengan kehidupan sehari-hari memperkuat relevansi pesan, sehingga mampu membangun kesadaran moral serta mendorong perubahan sikap masyarakat terhadap praktik politik uang dalam konteks demokrasi.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa konstruksi pesan dalam iklan cenderung menitikberatkan pada aspek tanggung jawab individu sebagai aktor utama dalam menolak politik uang. Sementara itu, dimensi struktural dan sistemik yang turut memengaruhi praktik tersebut belum tergambarkan secara komprehensif. Oleh karena itu, meskipun iklan ini efektif sebagai media edukasi dan persuasi, representasi yang dihadirkan masih memiliki keterbatasan dalam menggambarkan kompleksitas permasalahan politik uang secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

Penulis. (2023). Judul artikel. *PAR (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam)*, volume(nomor), halaman. <https://ejurnal.ujj.ac.id/index.php/PAR/article/view/3490/2102>

Prasetyo, A. B. (2019). Analisis semiotika komunikasi visual pada iklan layanan masyarakat. *Kajian: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 123–134. <https://ejournal.appisi.or.id/index.php/Kajian/article/view/110/114>

Suyatno. (2018). Money politik pada pemilihan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22(2), 123–134. <https://ojs.ukb.ac.id/index.php/sol/article/download/451/311/>

Pahlevi, M. E. T., & Amrurrobi, A. A. (2020). Pendidikan politik dalam pencegahan politik uang melalui gerakan masyarakat desa. *INTEGRITAS: Jurnal Antikorupsi*, 6(1), 141–152. <https://jurnal.kpk.go.id/integritas/article/download/611/108>

Delmana, Lati Praja, Aidinil Zetra, dan Hendri Koeswara. 2020. “Problematisasi dan Strategi Penanganan Politik Uang Pemilu Serentak 2019 di Indonesia.” *Electoral Governance: Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, Vol. 1 No. 2, hlm. 1–20. <https://journal.kpu.go.id/index.php/TKP/article/view/61>