



Semiotika Iklan Politik “Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi” dalam YouTube Kandidat Prabowo-Gibran

Julia Permatasari¹, Sunarto²

¹Universitas Diponegoro, Indonesia, juliapermata@students.undip.ac.id

²Universitas Diponegoro, Indonesia, sunartoo@yahoo.com

Corresponding Author: sunartoo@yahoo.com¹

Abstract: *The political advertisement titled "Free Lunch and Milk Program with Nutrition" represents a modern political communication strategy that relies on visual signs to shape public opinion. This analysis employs Charles Sanders Peirce's semiotic theory to explore the meanings behind the signs presented in the advertisement. A qualitative approach is applied through semiotic analysis of content uploaded on the YouTube platform, focusing on the relationship between representamen, object, and interpretant in the construction of political messages. The analysis reveals that the advertisement builds a positive image through signs that represent concern for children's nutrition. These findings reinforce the relevance of Peirce's semiotic theory in understanding contemporary political communication strategies and offer a conceptual contribution to the study of visual communication in digital media.*

Keywords: *Political Advertisement; Digital Media; Prabowo-Gibran; Semiotics; YouTube.*

Abstrak: Iklan politik bertajuk "Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi" merepresentasikan strategi komunikasi politik modern yang mengandalkan tanda-tanda visual untuk membentuk opini publik. Analisis ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce guna mengungkap makna di balik tanda-tanda yang ditampilkan dalam iklan tersebut. Pendekatan kualitatif diterapkan melalui analisis semiotika terhadap konten yang diunggah di platform YouTube, dengan fokus pada keterkaitan antara representamen, objek, dan interpretan dalam konstruksi pesan politik. Hasil analisis menunjukkan bahwa iklan ini membentuk citra positif melalui tanda-tanda yang merepresentasikan kepedulian terhadap gizi anak. Temuan ini memperkuat relevansi teori semiotika Peirce dalam memahami strategi komunikasi politik kontemporer, serta memberikan kontribusi konseptual terhadap kajian komunikasi visual dalam media digital.

Kata Kunci: Iklan Politik; Media Digital; Prabowo-Gibran; Semiotika; YouTube.

PENDAHULUAN

Pada era politik modern, iklan politik berfungsi sebagai instrumen vital dalam penyampaian pesan politik serta dalam pembentukan citra kandidat atau pasangan calon di benak masyarakat. Iklan berperan sebagai media komunikasi yang efektif dalam menciptakan

kesan positif dan mengarahkan persepsi publik. Banyak pihak berkepentingan memilih iklan sebagai sarana untuk membangun narasi politik yang diinginkan. Lebih jauh, iklan politik berpengaruh besar dalam membentuk opini masyarakat, yang pada akhirnya membentuk pola pikir dan preferensi politik mereka. Media memberikan ruang bagi pertukaran gagasan, penyampaian program kerja para kandidat, serta mengawasi jalannya pemilu agar berlangsung dengan adil dan transparan. Pertama, media berfungsi sebagai sumber informasi yang obyektif dan akurat (McCombs dalam Halimatussa'diah et al., 2025)

Menurut Heywood (2014), pemilu merupakan sarana formal yang memberikan peluang paling jelas bagi warga negara untuk berperan dalam proses politik, serta turut menentukan arah kekuasaan pemerintahan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemilu merupakan mekanisme formal yang memungkinkan masyarakat menentukan para pemimpin, khususnya Presiden dan Wakil Presiden. Pemilihan Presiden merupakan salah satu ajang kompetitif di mana para kandidat berusaha menarik dukungan masyarakat melalui beragam strategi komunikasi. Iklan politik menjadi salah satu strategi yang banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan visi, misi, serta membangun citra positif calon atau pasangan calon. Penggunaan iklan politik dinilai efektif dalam membentuk opini publik yang positif. Efektivitas iklan politik tidak hanya bergantung pada isi pesan yang disampaikan, melainkan juga pada cara pengemasan dan metode penyampaiannya kepada audiens. Efektivitas iklan, sebagaimana dijelaskan oleh (Emilina Fransiska Hia, 2019), merujuk pada sejauh mana pesan iklan mampu menarik perhatian, dipahami, membangkitkan emosi, serta mendorong audiens memberikan respons yang diharapkan.

Penelitian ini berfokus pada analisis semiotik terhadap iklan politik pasangan Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden 2024. Keterlibatan Prabowo Subianto, seorang tokoh yang telah lama berkiprah di panggung politik nasional, bersama Gibran Rakabuming Raka, sosok yang merepresentasikan generasi muda, menjadikan pasangan ini menarik untuk dikaji dalam konteks semiotika. Penelitian ini memiliki urgensi tersendiri karena berhubungan dengan momentum politik penting, yaitu Pemilihan Presiden 2024. Dalam dinamika politik modern yang semakin mengandalkan media digital, iklan politik yang ditayangkan melalui platform YouTube menjadi salah satu sarana utama untuk membangun citra dan menyampaikan pesan kepada khalayak luas, khususnya pemilih muda. Oleh karena itu, analisis terhadap iklan politik di media tersebut penting untuk memahami bagaimana pesan politik dikonstruksi, disimbolkan, dan diterima selama masa kampanye.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi serta menginterpretasikan tanda-tanda yang terdapat dalam iklan politik pasangan Prabowo-Gibran dengan menggunakan pendekatan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Melalui analisis semiotik ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh pasangan tersebut dalam membangun citra positif di hadapan pemilih selama Pemilihan Presiden 2024. Objek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah iklan kampanye politik berjudul "Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi" yang dipublikasikan melalui beberapa media televisi serta akun YouTube laman YouTube Gemoy-Gerakan Prabowo-Gibran. Sejak penayangannya di laman YouTube Gemoy-Gerakan Prabowo-Gibran, iklan tersebut telah ditonton sebanyak 37.861 kali. Penelitian yang mengkaji analisis semiotik terhadap iklan politik sebelumnya juga telah banyak dilakukan, salah satunya oleh Arief Hartanto dalam penelitiannya yang berjudul Makna Tanda dalam Iklan Politik Pemilihan Presiden Indonesia. Penelitian tersebut menemukan bahwa konten iklan politik pasangan Jokowi-Amin tergolong dalam kategori positif dan memiliki karakteristik gaya komunikasi yang khas (Hartanto, 2021).

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai strategi komunikasi politik melalui kajian semiotika, khususnya dalam konteks iklan politik pasangan Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024. Temuan penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar untuk

meningkatkan literasi masyarakat terhadap iklan politik serta memberikan tambahan wawasan bagi praktisi komunikasi politik dalam merancang kampanye yang lebih efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan memahami fenomena secara mendalam melalui pengamatan dan pengumpulan data secara menyeluruh. Menurut Creswell (2017), metode kualitatif merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang terkait dengan permasalahan sosial maupun kemanusiaan. Dengan pendekatan konstruktivis, penelitian ini berupaya mengeksplorasi makna-makna dari tanda-tanda dalam iklan politik yang dikaji. Analisis dilakukan menggunakan teori semiotika dari Charles Sanders Peirce, yang dikenal dengan model segitiga makna yang terdiri dari sign (tanda), object (objek), dan interpretant (pemaknaan) (Chandler, 2022).

Dalam tahap analisis sign (tanda), peneliti akan mengidentifikasi elemen visual dan verbal dalam iklan “Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi,” seperti tampilan tokoh politik, animasi makanan atau susu, slogan, logo kampanye, serta simbol-simbol lain yang menyampaikan nilai atau pesan tertentu. Untuk analisis objek, peneliti akan menelaah pesan yang direpresentasikan dalam iklan tersebut, seperti program kebijakan makan siang gratis, visi kesejahteraan anak, serta nilai gizi yang ingin disampaikan kepada pemilih. Sedangkan pada tahap interpretant, peneliti akan menganalisis bagaimana audiens memahami dan merespons pesan tersebut, baik dari sisi emosional, sosial, maupun politis.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah video iklan politik berjudul “Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi”, yang diunggah melalui kanal YouTube Gemoy – Gerakan Prabowo Gibran. Iklan berdurasi pendek ini dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Peirce, dengan mengklasifikasikan tanda-tanda dalam kategori ikon, indeks, dan simbol. Melalui analisis ini, peneliti berupaya mengungkap makna tersembunyi di balik elemen-elemen visual dan naratif yang terdapat dalam iklan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti telah melakukan analisis mendalam terhadap iklan politik pasangan Prabowo-Gibran berjudul “Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi”. Setelah itu, peneliti memetakan iklan tersebut dalam beberapa adegan dan dikelompokkan dalam beberapa segmen agar memudahkan dalam analisis. Berdasarkan hasil pengumpulan data, ditemukan sebanyak 12 adegan yang dibagi menjadi 5 segmen untuk memudahkan pemahaman terhadap struktur naratif, elemen visual, dan makna simbolik di tiap bagian iklan “Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi”. Iklan ini ditayangkan pada laman YouTube Gemoy-Gerakan Prabowo-Gibran.

Segmen 1



Gambar 1. Segmen 1

Sumber: Youtube Gemoy Gerakan Prabowo-Gibran

Dalam adegan pertama, tampak tetesan air hujan yang jatuh dari atap rumah dan terlihat melalui jendela. **Representamen** ini menunjukkan kondisi alam yang sejuk dan suasana hujan yang khas. Sebagai **object**, hujan menandakan suasana damai dan kesejukan yang sering diasosiasikan dengan perubahan serta awal yang baru. Dalam pemaknaan budaya Indonesia, hujan kerap dimaknai sebagai lambang rezeki atau berkah. Oleh karena itu, sebagai

interpretant, hujan dalam konteks iklan politik dapat dimaknai sebagai simbol datangnya kebaikan sebuah pertanda bahwa perubahan yang dijanjikan oleh pasangan calon akan membawa harapan dan perbaikan bagi masyarakat.

Adegan kedua beralih pada seorang perempuan yang diasumsikan sebagai seorang ibu sedang membuka tirai untuk melihat ke luar jendela. Tindakan ini menjadi **representamen** dari aktivitas sehari-hari yang sederhana, namun sarat makna. **Object** dalam adegan ini adalah rutinitas membuka tirai yang dilakukan pada pagi hari sebagai simbol menyambut hari baru. Sebagai **interpretant**, tindakan membuka tirai mencerminkan keterbukaan dan kesiapan untuk menerima perubahan. Dalam konteks kampanye politik, ini dapat dimaknai sebagai kesiapan masyarakat untuk menyambut program-program baru dari pasangan calon, seperti kebijakan “makan siang gratis” dan “susu gratis,” yang menjadi representasi harapan terhadap kehidupan yang lebih baik.

Ketiga, diperlihatkan pasangan suami istri yang sedang makan bersama dalam suasana yang hening dan penuh kesunyian. Adegan ini menjadi **representamen** dari kehidupan keluarga sehari-hari yang sederhana namun penuh makna. Sebagai **object**, makan bersama merepresentasikan nilai-nilai kebersamaan, kehangatan keluarga, serta pentingnya kecukupan pangan dalam kehidupan rumah tangga. **Interpretant** dari adegan ini mengarah pada pemaknaan bahwa kebutuhan dasar seperti makanan dan gizi merupakan fondasi kesejahteraan keluarga. Dalam konteks politik, ini berkaitan erat dengan janji kampanye Prabowo-Gibran mengenai program makan siang gratis yang tidak hanya menyentuh aspek pendidikan, tetapi juga memperlihatkan kepedulian terhadap kualitas hidup keluarga Indonesia secara lebih luas.

Ketiga scene yang ditampilkan dalam iklan politik “Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi” secara keseluruhan membangun narasi visual tentang harapan, pembaruan, dan kesejahteraan sosial. Scene pertama, yang menunjukkan tetesan hujan dari atap ke pohon bambu, menandakan datangnya berkah dan kehidupan baru, merepresentasikan optimisme terhadap perubahan positif. Scene kedua, di mana seorang ibu membuka tirai jendela, memperkuat makna keterbukaan terhadap hari yang baru dan kesiapan masyarakat untuk menerima perubahan yang dijanjikan. Sedangkan scene ketiga, yang memperlihatkan pasangan suami istri sedang makan bersama dalam suasana sederhana, menegaskan pentingnya nilai kebersamaan, kecukupan pangan, dan harmonisasi dalam kehidupan keluarga.

Melalui ketiga adegan ini, iklan tidak hanya menawarkan program makan siang dan susu gratis secara literal, tetapi juga membangun kerangka makna yang lebih luas: yaitu janji untuk menghadirkan masa depan yang lebih sejahtera, tercukupi, dan penuh kehangatan. Dengan menggunakan pendekatan semiotika Peirce, tanda-tanda visual dalam adegan ini membentuk proses pemaknaan bertingkat—dari simbol alam sebagai berkah, tindakan harian sebagai kesiapan, hingga aktivitas makan sebagai representasi pemenuhan kebutuhan dasar yang seluruhnya diarahkan untuk membangun citra pasangan calon sebagai agen perubahan dan penyedia kesejahteraan bagi rakyat.

Segmen 2



Gambar 2. Segmen 2
Sumber: Youtube Gemoy Gerakan Prabowo -Gibran

Dalam lanjutan adegan keempat, muncul sosok seorang perempuan hamil yang tengah memegang sebuah brosur bertajuk “Dampak Gizi Buruk Bagi Ibu Hamil.” Brosur ini tampil sebagai **representamen** visual yang langsung menarik perhatian, karena menyajikan informasi yang berkaitan langsung dengan isu kesehatan ibu dan janin. Sebagai **object**, brosur tersebut merepresentasikan informasi mengenai risiko-risiko medis dan perkembangan janin yang terganggu akibat kurangnya asupan gizi selama masa kehamilan. Namun lebih dari sekadar media informasi, **interpretant** dari kehadiran brosur ini adalah simbol meningkatnya kesadaran akan pentingnya gizi pada masa kehamilan sekaligus menjadi penanda adanya ketimpangan akses terhadap nutrisi di kalangan masyarakat, khususnya kelompok rentan seperti ibu hamil. Dalam konteks iklan politik, brosur ini menggarisbawahi urgensi program nutrisi dari pasangan calon, menempatkan kebijakan seperti makan siang dan susu gratis bukan sekadar janji populis, tetapi solusi atas masalah gizi yang nyata dan terstruktur.

Adegan kelima memperlihatkan si perempuan hamil yang duduk sambil memegang perutnya dengan ekspresi wajah yang cemas. **Representamen** dari gestur ini begitu jelas: tubuh yang menunduk, tangan yang melingkupi perut, dan sorot mata yang tidak tenang. Sebagai **object**, adegan ini menggambarkan kondisi psikologis ibu hamil yang diliputi kecemasan akan kesehatan dirinya dan janin yang dikandungnya. Rasa khawatir ini muncul dari ketidakpastian, mungkin karena keterbatasan ekonomi, kurangnya akses makanan bergizi, atau kondisi sosial yang belum mendukung. Dalam pembacaan semiotik, **interpretant** dari ekspresi ini adalah representasi dari sebuah persoalan sosial yang lebih luas: bahwa pemenuhan nutrisi bukan hanya masalah individu, melainkan isu struktural yang memerlukan perhatian kolektif. Dalam konteks kampanye politik, adegan ini menekankan bahwa program-program gizi yang ditawarkan oleh pasangan calon bukan hanya solusi jangka pendek, tetapi bagian dari strategi perlindungan terhadap generasi masa depan sebuah kebijakan publik yang menyentuh kebutuhan dasar rakyat secara konkret dan manusiawi.

Kedua scene yang menampilkan seorang ibu hamil dalam iklan “Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi” memperlihatkan konstruksi makna yang mendalam mengenai pentingnya kecukupan gizi, terutama pada kelompok rentan seperti ibu hamil. Pada scene pertama, brosur bertuliskan “Dampak Gizi Buruk Bagi Ibu Hamil” berfungsi sebagai sign eksplisit yang menunjukkan adanya ancaman serius terhadap kesehatan ibu dan janin akibat kekurangan nutrisi. Objek yang dirujuk adalah kenyataan sosial tentang masih banyaknya ibu hamil yang mengalami gizi buruk, terutama di kalangan masyarakat kurang mampu. Interpretasi dari scene ini mengarahkan penonton untuk memahami bahwa pemenuhan gizi bukan hanya masalah individu, tetapi merupakan persoalan kolektif yang harus ditangani melalui kebijakan publik.

Scene kedua memperdalam pesan ini melalui ekspresi tubuh dan mimik ibu hamil yang duduk sambil memegang perutnya dengan ekspresi cemas. Adegan ini memperlihatkan secara visual dampak emosional dari kondisi gizi yang tidak mencukupi yakni kecemasan, ketidakpastian, dan kekhawatiran akan masa depan anak yang dikandung. Di sini, representamen berupa gerakan tubuh dan ekspresi wajah menjadi tanda yang lebih emosional, menghubungkan kondisi fisik dengan tekanan psikologis. Objek yang dituju tetap sama, yaitu realitas krisis gizi, namun interpretant-nya lebih kuat: mengundang empati publik serta mempertegas kebutuhan mendesak akan intervensi program sosial, seperti janji politik tentang penyediaan makan siang gratis dan susu bergizi bagi seluruh lapisan masyarakat.

Secara keseluruhan, kedua scene ini membangun narasi visual dan emosional yang saling menguatkan. Dengan pendekatan semiotika Peirce, tanda-tanda visual ini tidak hanya menginformasikan, tetapi juga menggerakkan perasaan dan kesadaran audiens terhadap pentingnya keberpihakan negara dalam menjamin kesejahteraan gizi rakyatnya, terutama pada kelompok rentan. Iklan ini secara strategis mengaitkan program makan siang dan susu gratis tidak sekadar sebagai janji populis, melainkan sebagai kebutuhan dasar yang menyentuh aspek kesehatan, keberlanjutan generasi, serta keadilan sosial.

Segmen 3



Gambar 3. Segmen 3

Sumber: Youtube Gemoy Gerakan Prabowo-Gibran

Adegan keenam memperlihatkan seorang perempuan membuka pintu rumahnya. Wajahnya menampilkan ekspresi terkejut yang bercampur gembira, sebuah **representamen** visual yang kuat dalam menyampaikan momen emosional. Sebagai **object**, ekspresi ini menggambarkan hadirnya sesuatu yang membahagiakan sebuah kabar baik atau peristiwa yang telah lama dinanti. Dalam **interpretant**, tindakan membuka pintu dimaknai sebagai simbol keterbukaan terhadap datangnya perubahan positif. Ini dapat diartikan sebagai respons antusias masyarakat terhadap program-program yang dijanjikan oleh pasangan calon Prabowo-Gibran, serta sebagai metafora atas terbukanya jalan menuju kesejahteraan sosial melalui kebijakan yang pro-rakyat.

Adegan ketujuh menampilkan karakter animasi yang merepresentasikan Prabowo Subianto, berdiri sambil memegang sebungkus susu di bawah sebuah payung putih. Di sampingnya, muncul teks bertuliskan "Susu gratis untuk anak." Elemen visual ini berfungsi sebagai **representamen** yang langsung mengasosiasikan sosok Prabowo dengan program pemberian nutrisi kepada anak-anak. Sebagai **object**, adegan ini menunjukkan program kampanye yang bertujuan menyediakan susu gratis sebagai bagian dari upaya perbaikan gizi nasional. Dalam **interpretant**, karakter animasi tersebut menjadi personifikasi dari keterlibatan langsung calon presiden dalam menjamin kesehatan generasi muda. Payung putih yang menaunginya memperkuat pesan sebagai simbol proteksi representasi visual dari negara yang hadir melindungi rakyatnya, khususnya anak-anak sebagai kelompok paling rentan dalam pembangunan bangsa.

Adegan kedelapan memperlihatkan karakter animasi Prabowo kembali hadir, kali ini membawa nampan berisi makanan, lalu meletakkannya di meja makan milik sebuah keluarga. Visual ini dilengkapi dengan teks "Makan siang gratis untuk anak." Adegan ini menjadi **representamen** atas komitmen pemenuhan kebutuhan dasar berupa pangan yang divisualisasikan secara langsung. Sebagai **object**, ia merujuk pada implementasi program makan siang gratis yang menjadi salah satu poin utama dalam platform kampanye Prabowo-Gibran. Sementara itu, **interpretant** dari adegan ini memperkuat pemaknaan bahwa pemberian makan siang bukan sekadar kebijakan administratif, melainkan cerminan dari tanggung jawab moral seorang pemimpin terhadap kesejahteraan rakyat. Visualisasi yang menunjukkan Prabowo secara langsung hadir dalam ruang makan keluarga juga membentuk persepsi tentang keterlibatan nyata, menghadirkan sosok pemimpin yang tidak hanya memberi janji, tetapi turun tangan dalam kehidupan rakyat yang dilayaninya.

Ketiga scene ini merepresentasikan rangkaian makna yang sistematis dalam membangun citra politik Prabowo Subianto sebagai figur yang proaktif, protektif, dan solutif terhadap kebutuhan dasar masyarakat, khususnya anak-anak. Menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, setiap representamen dalam adegan ini dirancang untuk menghasilkan hubungan triadik yang kuat antara tanda, objek kebijakan, dan interpretasi publik.

Keterlibatan karakter animasi Prabowo dalam konteks distribusi nutrisi dan makanan secara langsung bertujuan mengonstruksi citra kepemimpinan yang dekat, peduli, sekaligus

tegas dalam mengatasi persoalan sosial. Secara strategis, narasi visual ini mempertegas hubungan emosional antara pemimpin dan rakyatnya, yang dirancang untuk memperkuat elektabilitas serta kepercayaan publik terhadap visi dan program yang diusung.

Segmen 4



Gambar 4. Segmen 4
Sumber: Youtube Gemoy Gerakan Prabowo-Gibran

Adegan kesembilan memperlihatkan seorang ibu hamil sedang duduk santai di ruang tamu. Ia tampak tersenyum sambil mengelus perutnya. Ekspresi tenang dan penuh kasih itu menjadi **representamen** visual yang menyiratkan kondisi kehamilan yang sehat dan batin yang tenteram. Sebagai **object**, adegan ini menggambarkan suasana rumah yang nyaman dan aman, menciptakan nuansa kehangatan serta menghadirkan kesan akan harapan yang tumbuh dari dalam keluarga. Dalam konteks iklan politik, **interpretant** dari adegan ini menunjukkan simbol optimisme terhadap masa depan generasi baru. Sosok ibu hamil tidak hanya mewakili kehidupan yang sedang tumbuh, tetapi juga menjadi lambang keyakinan bahwa negara hadir untuk memberikan perlindungan dan dukungan. Senyuman sang ibu memperkuat narasi bahwa program nutrisi gratis yang dijanjikan oleh pasangan calon membawa rasa aman dan kepercayaan terhadap peran negara dalam menjamin kesejahteraan ibu dan anak sejak dalam kandungan.

Adegan kesepuluh memperlihatkan sebuah figur animasi yang menyerupai anak-anak, berdiri di depan pintu rumah sambil membawa botol susu. Dari balik pintu, cahaya terang dari luar menyuarak masuk ke dalam ruangan. Di layar muncul teks yang terbaca jelas: “Nutrisi gratis untuk ibu hamil.” Karakter animasi dan visual susu yang dibawa menjadi **representamen** yang langsung mengarahkan perhatian pada program kampanye. Sebagai **object**, adegan ini menegaskan janji politik berupa distribusi nutrisi khusus untuk ibu hamil, dengan penggunaan elemen visual seperti susu dan cahaya sebagai penguat suasana positif dan penuh harapan. Dalam **interpretant**, figur animasi ini berfungsi sebagai perwujudan dari program negara yang hadir langsung ke tengah masyarakat, membawa solusi nyata bagi kebutuhan dasar rakyat. Cahaya yang masuk dari luar menjadi simbol datangnya harapan baru mengisyaratkan bahwa masa depan yang lebih cerah dimulai dari perlindungan terhadap kehidupan sejak dalam kandungan. Dalam konteks iklan politik, adegan ini menjadi penegasan visual bahwa program gizi gratis bukan sekadar retorika, tetapi sebuah langkah konkret untuk menciptakan generasi yang sehat, kuat, dan siap menghadapi masa depan.

Gambar yang ditampilkan menampilkan dua adegan yang secara visual dan simbolik saling mendukung dalam menyampaikan pesan politik yang kuat. Dalam adegan pertama, seorang perempuan hamil tampak duduk tenang di ruang tamu dengan suasana hangat dan intim. Posisi tangannya yang mengelus perut menandakan rasa nyaman, penuh harapan, dan optimisme terhadap kehamilannya serta masa depan anak yang dikandungnya. Visual ini menjadi representasi dari ketenangan batin seorang calon ibu yang merasa didukung secara moral dan materiil oleh lingkungan sosialnya dalam hal ini negara. Kehadiran pencahayaan lembut dan nuansa interior rumah yang sederhana namun nyaman semakin memperkuat kesan

keterikatan emosi dengan penonton yang berasal dari kalangan keluarga menengah ke bawah, kelompok yang menjadi target utama program sosial.

Adekan kedua mempertegas makna tersebut melalui kehadiran tokoh animasi (representasi figur Gibran Rakabuming) yang membawa botol susu dan berdiri di ambang pintu rumah, diiringi teks besar bertuliskan “Nutrisi gratis untuk ibu hamil”. Figur animasi yang menyampaikan program secara langsung kepada tokoh ibu hamil menciptakan kesan bahwa negara hadir secara nyata, bukan sekadar simbolik, dalam mendukung kebutuhan dasar masyarakat dalam hal ini adalah pemenuhan gizi bagi ibu hamil. Cahaya terang dari luar yang menyinari ruangan rumah juga mengandung makna metaforis sebagai tanda datangnya harapan dan perubahan positif. Ini berkaitan erat dengan makna hujan pada gambar sebelumnya yang juga membawa simbol rezeki dan awal baru.

Dari perspektif semiotik, dua adegan ini memperlihatkan bagaimana tanda visual digunakan untuk membangun makna yang kompleks namun komunikatif. Secara keseluruhan, narasi visual ini menyampaikan pesan bahwa pasangan calon (dalam hal ini Prabowo-Gibran) menawarkan bukan hanya janji program, tetapi juga rasa kehadiran negara sejak fase paling awal kehidupan sejak seorang anak masih dalam kandungan. Konsep “nutrisi gratis untuk ibu hamil” bukan hanya dilihat sebagai kebijakan teknokratis, tetapi dimaknai sebagai wujud nyata dari kepedulian, keberpihakan, dan keinginan untuk membangun generasi masa depan yang sehat, kuat, dan sejahtera. Dengan demikian, gambar ini tidak hanya menginformasikan, tetapi juga membentuk persepsi publik tentang komitmen pasangan calon terhadap isu-isu kesejahteraan keluarga dan kesehatan masyarakat.

Segmen 5



Gambar 5. Segmen 5

Sumber: Youtube Gemoy-Gerakan Prabowo-Gibran

Adekan kesebelas menampilkan visual satu piring makanan bergizi yang terdiri dari nasi, telur, sayuran, dan lauk, didampingi segelas susu serta sebuah kotak bertuliskan “PAKET VITAMIN.” Di bagian latar, tampak teks parsial berbunyi “untuk generasi emas, sehat, kuat dan cerdas.” Elemen-elemen ini berfungsi sebagai **representamen** yang secara langsung menunjukkan wujud konkret dari perhatian terhadap kebutuhan nutrisi masyarakat. Sebagai **object**, makanan bergizi dan paket vitamin mewakili dukungan negara terhadap pemenuhan kebutuhan dasar rakyat, terutama anak-anak dan ibu hamil, yang menjadi fokus utama dalam kebijakan gizi nasional. Dalam **interpretant**, adegan ini menyampaikan bahwa program “makan siang gratis” tidak hanya bertujuan untuk mengenyangkan, tetapi juga memperhatikan kandungan gizi dan kualitas asupan makanan. Penambahan paket vitamin memperluas makna bahwa perhatian pemerintah mencakup aspek kesehatan menyeluruh, dengan visi besar membentuk generasi emas Indonesia yang sehat, kuat, dan cerdas sejak dini. Ini memperkuat narasi bahwa pembangunan bangsa dimulai dari manusia yang sehat secara fisik dan mental.

Adekan kedua belas menampilkan dua figur animasi yang merepresentasikan pasangan calon Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Mereka berdiri berdampingan dengan latar putih-biru yang bersih, disertai slogan “BERSAMA INDONESIA MAJU” dan tulisan nama “Prabowo Gibran.” Figur ini berfungsi sebagai **representamen**

yang menyampaikan identitas visual dari kepemimpinan politik dalam bentuk yang komunikatif dan bersahabat. Sebagai **object**, visual ini merepresentasikan pasangan calon yang menawarkan kepemimpinan kolaboratif dengan pendekatan yang inklusif, membumi, dan dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk generasi muda dan keluarga. Dalam **interpretant**, penggunaan gaya animasi memperkuat pendekatan populis dan humanis, menggambarkan pemimpin yang tidak berjarak dari rakyat. Slogan “Bersama Indonesia Maju” membentuk makna bahwa arah kepemimpinan yang ditawarkan bukan bersifat top-down, melainkan mengedepankan kebersamaan dan gotong royong. Ini menggarisbawahi bahwa program sosial seperti gizi gratis dan pendidikan bukan hanya janji kampanye, melainkan bagian dari strategi kolektif menuju kemajuan nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

Gambar ini terdiri dari dua bagian visual yang saling melengkapi: pertama, penyajian paket makanan bergizi lengkap dan paket vitamin; kedua, tampilan dua tokoh animasi yang merepresentasikan pasangan calon presiden dan wakil presiden, Prabowo dan Gibran, dengan slogan “Bersama Indonesia Maju”. Dalam bagian pertama, ditampilkan satu piring makanan berisi lauk pauk lengkap, telur rebus, sayuran, serta segelas susu putih yang berdiri di samping sebuah kotak bertuliskan “PAKET VITAMIN”. Visual ini tidak hanya menggambarkan makanan sehari-hari, namun dimaknai sebagai simbol pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, khususnya bagi anak-anak dan ibu hamil. Dalam konteks budaya Indonesia, makanan bergizi bukan hanya soal pemenuhan fisik, tetapi juga terkait erat dengan nilai perhatian, kasih sayang, dan bentuk tanggung jawab kolektif. Penyajian yang rapi dan bersih menandakan keseriusan dan sistematisnya program yang ditawarkan.

Jika dikaitkan dengan pesan politik pasangan Prabowo-Gibran, adegan ini menegaskan salah satu janji utama mereka, yaitu program makan siang gratis dan bantuan nutrisi bagi anak-anak sekolah serta ibu hamil. Penyertaan paket vitamin dan susu dalam gambar tersebut memperluas makna program ini tidak hanya sekadar memberi makan, tetapi juga memberi gizi dan membentuk generasi yang kuat secara fisik dan mental. Teks dalam gambar yang berbunyi “untuk generasi emas, sehat, kuat, dan cerdas” menjadi bentuk pernyataan langsung bahwa kebijakan ini diarahkan untuk membentuk sumber daya manusia yang unggul. “Generasi emas” sendiri merupakan istilah yang sering digunakan dalam narasi pembangunan nasional Indonesia untuk menggambarkan puncak kualitas generasi muda yang akan menentukan arah bangsa di masa depan.

Sementara itu, pada bagian kedua gambar, ditampilkan figur animasi Prabowo dan Gibran berdiri berdampingan dengan ekspresi bersahabat dan senyum, ditemani slogan “Bersama Indonesia Maju”. Visualisasi dalam bentuk karakter animasi mengadopsi pendekatan komunikasi visual yang bersifat ringan, mudah dicerna, dan dekat dengan masyarakat awam maupun anak-anak. Ini merupakan bentuk humanisasi tokoh politik, dengan tujuan menciptakan kesan bahwa pasangan ini adalah figur yang mudah dijangkau dan peduli terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat.

Slogan “Bersama Indonesia Maju” bukan hanya sekadar janji politik, namun dalam konteks ini ditampilkan untuk mempertegas bahwa segala program sosial yang ditawarkan termasuk makan siang gratis dan gizi ibu-anak adalah bagian dari visi kolektif menuju masa depan Indonesia yang maju, di mana kemajuan tidak hanya terpusat pada aspek ekonomi makro, tetapi dimulai dari hal-hal fundamental seperti kesehatan, gizi, dan kesejahteraan keluarga.

Dengan demikian, dua komponen gambar ini makanan bergizi dan tokoh pemimpin bersinergi untuk menyampaikan pesan bahwa negara, melalui kepemimpinan Prabowo-Gibran, hadir secara konkret dan langsung dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam mendukung pembangunan manusia sejak usia dini. Tanda-tanda visual ini membentuk makna kolektif yang kuat: negara yang peduli, program yang nyata, dan masa depan yang dijanjikan lebih sehat dan sejahtera.

KESIMPULAN

Iklan politik merupakan bagian penting dalam strategi komunikasi kontemporer yang tidak hanya menyampaikan pesan kampanye, tetapi juga membentuk persepsi publik melalui konstruksi tanda-tanda visual yang bermakna. Dalam iklan “Makan Siang dan Susu Gratis serta Nutrisi” yang ditayangkan di kanal YouTube Gemoy – Gerakan Prabowo Gibran, ditemukan representasi visual yang secara simbolik menggambarkan kepedulian pasangan calon terhadap isu kesejahteraan masyarakat, khususnya dalam hal pemenuhan gizi anak-anak dan ibu hamil. Iklan ini menghadirkan narasi visual yang terstruktur dan emosional, yang dikemas melalui penggunaan adegan, karakter animasi, dan teks yang menggugah perhatian audiens. Melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, makna dari tanda-tanda tersebut dianalisis melalui tiga komponen utama: representamen (bentuk visual), objek (referensi makna), dan interpretant (penafsiran makna), sehingga dapat dipahami bagaimana pesan politik dikonstruksi secara simbolik dan diarahkan pada pembentukan citra positif kandidat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa iklan tersebut berhasil mengonstruksi makna-makna yang erat kaitannya dengan isu sosial yang relevan, seperti gizi, kesehatan, dan masa depan generasi muda, yang semuanya dipresentasikan dalam bentuk tanda-tanda visual yang kuat dan mudah diterima oleh publik. Kehadiran figur animasi Prabowo dan Gibran, simbol makanan bergizi, serta adegan kehidupan keluarga sehari-hari menjadi media representasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kampanye yang bernuansa empati dan keberpihakan terhadap rakyat kecil. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian komunikasi politik dan semiotika, dengan memperluas pemahaman mengenai bagaimana tanda dalam iklan politik digital dapat memengaruhi persepsi publik. Selain itu, penelitian ini juga memberikan manfaat praktis bagi pengembangan strategi komunikasi politik yang etis, persuasif, dan adaptif terhadap media digital. Bagi masyarakat komunikasi, hasil kajian ini dapat menjadi rujukan dalam meningkatkan literasi visual terhadap pesan-pesan politik yang berkembang di ruang digital, serta mendorong keterlibatan publik secara lebih kritis terhadap narasi kampanye yang dikemas dalam media baru.

REFERENSI

- Alo Liliweri, M. . (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media Group.
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2). <https://doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>
- Baharun, H., & Ismail, H. (2022). Between Us and Them: Examining the Indigenous People of Malaysia as Represented in the Mainstream News Media. In *Al-Azkiyaa - Jurnal Antarabangsa Bahasa Dan Pendidikan*. <https://doi.org/10.33102/alazkiyaa.v1i1.6>
- Chandler, D. (2022). *Semiotics the basics* (Fourth). Routledge.
- Creswell. (2017). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Emilina Fransiska Hia, C. S. (2019). Komunikasi Politik Di Era Digital. *KOMUNIKASI POLITIK DI ERA DIGITAL*, 10(1), 93. <https://doi.org/10.14710/politika.10.1.2019.93-111>
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, A. S. A. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–272. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Halimatussa'diah, Hasmawati, F., & Manalullaili. (2025). Analisis Agenda Setting di Harian Umum Palembang Pos Dalam Menarik Minat Pembaca Berita. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2), 12. <https://doi.org/10.47134/jpbsi.v1i2.1476>
- Handayani, A. P. (2021). ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE PADA IKLAN

- KAMPANYE PEMILU PRESIDEN 2019 JOKOWI-MA'RUF AMIN DI TELEVISI [Semiotic Analysis of John Fiske on 2019 Presidential Election Advertising Campaign Jokowi-Ma'ruf Amin in Television]. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 1–9. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/2>
- Hartanto, A. (2021). Makna Tanda dalam Iklan Politik Pemilihan Presiden Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 6(1), 43–50. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060105>
- Heywood, A. (2014). *Politik* (P. A. L. Lazuardi (ed.)). Pustaka Pelajar.
- Hisan, K., & Azhar, A. A. (2020). Trend Iklan Politik Luar Ruang Dalam Ruang Media Massa. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 11(2), 80–84. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v11i2.2543>
- Moriarty, S., Wells, W., & Mitchell, N. (2018). *Advertising*. KENCANA.
- Prasetyo, D. D., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). PENGARUH IKLAN SECARA ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4G LTE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 41(1)*, 170–174. <https://media.neliti.com/media/publications/87648-ID-pengaruh-iklan-secara-online-terhadap-ke.pdf>
- Suswanta, S., Kurniawan, D., Nurmandi, A., & Salahudin, S. (2021). Analysis of the Consistency Policy Indonesia's Capital Relocation in the Pandemic Era. In *Jurnal Studi Sosial Dan Politik*. <https://doi.org/10.19109/jssp.v5i1.7865>