

# Gaya Komunikasi Publik Joko Widodo dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden

Oman Sukmana <sup>1</sup>, Euis Komalawati <sup>2\*</sup>, Ika Yuliasari <sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> Universitas Jayabaya, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup> Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup> oman.sukmana02@gmail.com\*; <sup>2</sup> komalawatieuis@gmail.com; <sup>3</sup>

\* corresponding author

## ARTICLE INFO

### Article history

Received : 17-01-2024

Revised : 28-01-2024

Accepted : 05-02-2024

### Keywords

Gaya Komunikasi;  
Komunikasi Publik;  
Semiotika;

## ABSTRACT

*The background of this study is situation The 2024 General Election began several years previously with the previous period coalition party bearer candidate president and vice presidential candidate, period after coalition party bearer candidate president and vice presidential candidate formed until approaching announcement candidate presidential and vice presidential candidates by party bearer. In the context that, Joko Widodo Still took office as President and communicated to the public with a diverse style of communication; the study aims to explain and analyze the Communication Style of Joko Widodo's Politics in the Election of President and Vice President in the 2024 General Election. Approach qualitative with paradigm constructivist used through method analysis Roland Barthes' Semiotics. The unit of analysis used is a Kompas TV YouTube video. The result shows Communication Style Joko Widodo's Politics in the Election President and Vice President in the 2024 General Election shows dynamics from before \_ nomination President and Vice President, the future is approaching nomination President and Vice President to Commission General Election until the campaign period. In the early days of the General Election, Jokowi showed a Communication Style Controlling Style; in the future, Jokowi's public communication style Structuring Style during the campaign period in a way open, Jokowi pointed out style public communication Dynamic Style.*

## INTRODUCTION

Pesta demokrasi pemilihan presiden dan wakil presiden untuk periode tahun 2024-2029 telah dimulai. Komisi Pemilihan Umum (KPU) melalui Peraturan KPU (PKPU) No 3 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024 telah menyampaikan jadwal dan tahapan pemilu 2024, termasuk pemilihan presiden dan jika pemilihan presiden harus dilakukan dalam dua putaran.

Berdasarkan PKPU No 3 Tahun 2022 tersebut dijelaskan bahwa proses pemungutan suara untuk pemilihan presiden akan dilakukan pada tanggal 14 Februari 2024. Proses pemungutan suara ini akan dilakukan serentak, baik untuk pemungutan suara pemilihan presiden maupun pemungutan suara untuk pemilihan legislatif. Proses penghitungan suara dan rekapitulasi hasil suara akan dilakukan setelahnya hingga tanggal 20 Maret 2024.

Jika pemilihan presiden harus berlangsung dalam dua putaran, maka proses pemungutan suara pemilihan presiden 2024 akan dilakukan pada 26 Juni 2024, setelah sebelumnya dilakukan proses kampanye dan masa tenang yang akan berlangsung pada 2 Juni 2024 hingga 25 Juni 2024. Setelah pemungutan suara akan dilakukan penghitungan suara dan rekapitulasi hasil pemungutan suara putaran kedua yang akan berlangsung untuk periode 26 Juni 2024 – 20 Juli 2024. Bila tidak ada aral melintang apapun, pengucapan sumpah/janji Presiden dan Wakil Presiden untuk periode tahun 2024-2029 akan dilakukan pada 20 Oktober 2024. [https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta\\_pemilu](https://infopemilu.kpu.go.id/Pemilu/Peserta_pemilu)

Komisi pemilihan umum akhirnya menetapkan tiga pasangan bakal calon presiden dan bakal calon wakil presiden dalam pemilihan presiden 2024. Mereka adalah pasangan Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka dan Ganjar Pranowo – M. Mahfud MD. Dalam pengundian nomor urut yang dilakukan pada Selasa (14/11/2023), pasangan Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar mendapatkan nomor urut 1. Sementara, pasangan Prabowo Subianto –

Gibran Rakabuming Raka memperoleh nomor urut 2 serta pasangan Ganjar Pranowo dan Mahfud MD memperoleh nomor urut 3.

Perjalanan munculnya tiga pasang calon Presiden dan calon wakil presiden 2024 ini sendiri diwarnai banyak drama. Mulai dari lobby-lobby politik yang gagal, pecah kongsi partai, pecah kongsi pertemanan, drama “pengkhianatan” hingga munculnya “kuda hitam” yakni calon-calon yang tiba tiba muncul.

Salah satu orang yang disebut-sebut memainkan peran penting dari munculnya ketiga pasang calon presiden dan wakil presiden tahun 2024 – 2029 adalah Joko Widodo atau yang akrab disapa Jokowi. Sebagai Presiden Republik Indonesia ke-7 yang masa jabatannya akan berakhir pada tahun 2024, karena sudah dua periode menjabat, Jokowi dianggap memiliki kepentingan agar presiden terpilih di periode berikutnya dapat melanjutkan kiprah dan program yang telah dilakukannya.

Adanya kepentingan Jokowi dalam proses kontestasi pilpres ini ditunjukkan melalui *cawe-cawe* yang dilakukan Jokowi mulai dari masa sebelum ditetapkan pasangannya pasangan capres-cawapres hingga kontestasi capres-cawapres berlangsung. *Cawe-cawe* itu terlihat antara lain melalui gaya komunikasi yang ditunjukkan Jokowi baik secara gesture maupun komunikasi verbal saat melakukan interaksi dengan partai politik maupun dengan bakal calon presiden dan wakil presiden.

Menurut Norton (dalam Allen, dkk: 2006) gaya komunikasi didefinisikan sebagai cara seseorang berinteraksi, baik secara verbal maupun non-verbal, untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti serta untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula.

Sementara, Sendjaja (1996) mengatakan gaya komunikasi adalah perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan *feedback* dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan.

Suranto (2011) menyatakan gaya komunikasi sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari *sender* dan harapan dari *receiver*.

Gaya komunikasi biasanya dipengaruhi oleh situasi yang dihadapi oleh seseorang. Pada umumnya, orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda dalam situasi yang berbeda, misalnya ketika sedang gembira, sedih, marah, tertarik, atau bosan.

Dalam melakukan ini, peneliti akan menggunakan media sosial khususnya *youtube channel* Kompas TV sebagai acuan untuk memperoleh data untuk dianalisis. Alasan pemilihan *youtube channel* sebagai tempat memperoleh data karena kelebihan dan karakternya yang memudahkan penulis saat melakukan penelitian. Beberapa hal yang kelebihan media sosial *youtube channel* adalah dapat menjangkau segala tempat secara global dengan cepat dan mudah- yang memungkinkan peneliti dapat melakukan penelitian tanpa harus pergi secara langsung atau bertemu langsung dengan Jokowi. Peneliti bisa memanfaatkan cuplikan video yang menunjukkan aktivitas dan gaya komunikasi politik Joko Widodo dalam pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024 yang di *upload* ke *youtube channel* sebagai data sehingga menjadikan waktu lebih efektif dan efisien. Selain itu, karakter media sosial *youtube* yang bersifat arsip (penyimpanan) memudahkan peneliti untuk men-*download* cuplikan video kapanpun dan bisa memutar video secara berulang - ulang selama video tersebut tidak dihapus dari *channel youtube* tersebut.

Pemilihan Kompas TV sebagai media yang menjadi rujukan peneliti untuk mengambil bahan penelitian adalah karena media ini merupakan media yang memosisikan dirinya sebagai media yang Independen dan Terpercaya. Dengan *positioning* seperti itu masyarakat mengenal Kompas TV sebagai media yang tidak berpihak dan kredibel sehingga konten konten media yang dihasilkan, termasuk yang di *upload* pada *youtube channel* Kompas TV lebih bisa dipercaya.

Melihat banyak elemen yang terkait dalam penelitian ini, penulis membatasi bahwa penelitian gaya komunikasi Jokowi dalam pemilihan presiden dan wakil presiden ini dilakukan pada periode

sebelum terbentuknya koalisi partai, sebelum adanya pasangan capres dan cawapres, munculnya pasangan capres dan cawapres hingga kontestasi capres dan cawapres berlangsung pada periode Mei 2023 hingga Januari 2024.

Gaya komunikasi yang diteliti juga dibatasi pada gaya komunikasi secara verbal baik dalam hal pemilihan bahasa dan pemilihan kata serta non-verbal (bahasa tubuh) pada pesan kinesik (gerakan tubuh), pesan proksemik (jarak dan ruang) serta pesan paralinguistik (nada bicara) yang kemudian dikaitkan dengan teori gaya komunikasi. Begitu pula dalam hal makna yang ditangkap dari gaya-gaya komunikasi politik yang dipraktikkan Jokowi dalam mempengaruhi proses pemilihan umum tahun 2024/

Menurut Norton dalam (Allen, dkk, 2006) gaya komunikasi dibagi menjadi sepuluh, yaitu: (1) *Dominant*, komunikator dominan dalam berinteraksi. Orang seperti ini cenderung ingin menguasai pembicaraan; (2) *Dramatic*, dalam hal berkomunikasi cenderung berlebihan, menggunakan hal-hal yang mengandung kiasan, metaphora, cerita, fantasi, dan permainan suara; (3) *Animated Expressive*, warna dalam berkomunikasi, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan; (4) *Open*, komunikator bersikap terbuka, tidak ada rahasia sehingga muncul rasa percaya diri dan terbentuk komunikasi dua arah; (5) *Argumentative*, komunikator cenderung suka berargumentasi dan agresif dalam berargumentasi; (6) *Relaxed*, komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain; (7) *Attentive*, komunikator berinteraksi dengan orang lain dengan menjadi pendengar yang aktif, empati dan sensitive; (8) *Impression Leaving*, kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya. komunikator bersikap ramah tamah dan sopan saat sedang menyampaikan pesan kepada penerima pesan; (9) *Friendly*, gaya yang digunakan komunikator dalam membangun relasi sejajar selayaknya pertemanan dengan keramahan; dan (10) *Precise*, gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

Sementara itu, Edward T. Hall membagi gaya berkomunikasi yang melekat pada diri seseorang dalam dua konteks, yaitu komunikasi konteks tinggi (*high context*) dan komunikasi konteks rendah (*low context*). Masing-masing gaya komunikasi tersebut dipengaruhi oleh latar budaya yang berbeda. Komunikasi konteks rendah adalah komunikasi yang bersifat langsung, apa adanya, lugas tanpa berbelit-belit. Dalam konteks komunikasi ini para pelaku komunikasi tidak suka basa-basi. Pada umumnya komunikasi konteks rendah ditujukan pada pola komunikasi mode lisan langsung, pembicaraan lurus, dan mengirim berorientasi nilai. Intinya dalam komunikasi konteks rendah.

Sedangkan pada komunikasi konteks tinggi atau *High Context Culture* (HCC) cenderung lebih sedikit menggunakan kata-kata eksplisit dalam menerangkan pesan di antara mereka, terutama kata lisan. Kebanyakan pesan disampaikan dengan simbol non-verbal. Dalam dua konteks gaya berkomunikasi tadi terdapat dua dimensi yaitu eksplisit dan implisit, yang menggambarkan bagaimana seseorang mengungkapkan niat mereka melalui pesan eksplisit atau pesan langsung. Yang dimaksud dengan gaya komunikasi eksplisit adalah orang yang berbicara langsung menyatakan perasaan, niat, dan keinginannya, atau to the point. Sedangkan gaya komunikasi implisit adalah orang yang berbicara secara lisan dengan menyembunyikan niat atau maksud sejatinya.

Toomey mendeskripsikan Muka (*face*) adalah citra dari diri yang ditunjukkan dalam percakapannya dengan orang lain. Sementara menurut Goffman, muka sebagai sesuatu yang dipertahankan, hilang, atau diperkuat. Menurut Toomey keinginan mengenai muka merupakan keinginan yang universal. Keberagaman budaya mempengaruhi cara berhubungan dan bagaimana ditampilkan.

Dalam menggambarkan konsep ini, Toomey membedakan antara *face concern* dan *face need*. *Face concern* adalah kepentingan untuk mempertahankan muka seseorang atau muka orang lain. Sedangkan *Face need* merupakan keinginan untuk diasosiasikan atau tidak diasosiasikan dengan orang lain.

Dalam pengembangannya Brown & Levinson menambahkan tentang Politeness theory (Brown & Levinson) Dimana orang akan menggunakan strategi kesantunan berdasarkan persepsi ancaman muka. Keduanya mengembangkan konsep *Positive face* yaitu keinginan untuk disukai dan dikagumi

oleh orang-orang penting di dalam hidup kita dan *Negative face* yang merujuk pada keinginan untuk memiliki otonomi dan tidak dikekang.

Dalam kajiannya Brown & Levinson memaparkan konsep *facework* adalah tindakan yang diambil untuk menghadapi keinginan akan muka seseorang dan/atau orang lainnya. Beberapa tipe *facework* antara lain: *Tact facework*, *solidarity facework*, dan *approbation facework*.

Sementara Toomey & Chung menambahkan adanya strategi verbal dan non-verbal yang kita gunakan untuk memelihara, mempertahankan, meningkatkan citra diri sosial kita, menyerang atau mempertahankan (atau ‘menyelamatkan’) citra sosial orang lain.

Dengan memberikan batasan penelitian ini diharapkan penelitian akan menjadi lebih fokus, spesifik dan lebih mendalam menyangkut gaya komunikasi politik Jokowi pada pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2024.

Dalam penelitian tentang Gaya Komunikasi Politik Joko Widodo Dalam Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden dengan pendekatan Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Pemilihan Umum Tahun 2024 ini penulis menelusuri kajian-kajian terdahulu sebagai bagian dari kajian state of the art yang akan dikembangkan.

Kajian-kajian terdahulu tersebut penulis coba analisis dan menyarikan dari dua puluh kajian bersumber dari referensi primer yakni jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional serta beberapa kajian hasil penelitian tesis dan disertasi.

Narasi Gaya komunikasi khususnya tentang kepemimpinan telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, antara lain kajian tentang gaya komunikasi Bambang Soesatyo (Martianto, 2021); Agus Harimurti Yudhoyono (Rafiq dkk, 2022); Tommy Soeharto (Krisna, 2021); Basuki Tjahaja Purnama (Rahmah, 2018); Nadiem Makarim (Sembodo dkk, 2022); Ganjar Pranowo (Pratiwi, 2023); serta beberapa gaya komunikasi tokoh luar negeri seperti Gaya Kepemimpinan Boko Haram (Abua, 2021) dan Presiden Banda di Surat Kabar Malawian (Chikaipa, 2019). Kajian gaya komunikasi tersebut menggunakan beragam pendekatan teori, antara lain pada *Communicator Style Measure* dari Robert Norton yang terdiri dari *Impression Leaving*, *Open*, *Friendly*, *Relaxed*, *Dramatic*, dan *Attentive*; gaya komunikasi verbal dan nonverbal Jude Burgoon; gaya komunikasi Traits Theory; gaya komunikasi Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss; gaya komunikasi *Low Context Culture (LCC)* dan *High Context Culture*.

Kajian ini juga memaparkan tentang gaya komunikasi dengan menggunakan pendekatan Tubbs & Moss, namun yang menjadi keunikan dalam kajian ini, penulis mengamati faktor latar belakang budaya juga turut melandasi gaya kepemimpinan Joko Widodo. Karenanya, penulis melakukan sintesa atas teori Gaya Komunikasi Tubbs & Moss dan pendekatan Komunikasi Antarbudaya melalui analisis Face Negotiation Theory dari Stella Ting Toomey dan Levinson. Dalam pendekatan ini konsep *facework* dan *politeness theory* sangat kuat melatarbelakangi gaya komunikasi Joko Widodo.

Dari beragam kajian gaya komunikasi tersebut, penggunaan metode semiotika juga melandasi peneliti mengambil kesimpulan. Kajian semiotika yang digunakan beragam yakni Saussure, Charles Sanders Peirce, John Fiske, Roland Barthes, Cognitive semiotic dan multimodal critical discourse analysis. Pada penelitian ini, penulis khusus membongkar wacana gaya komunikasi Joko Widodo dengan pendekatan Roland Barthes yang mengungkapkan makna dalam beberapa tahap baik denotasi, konotasi hingga pada mitos gaya komunikasi. Karenanya pendekatan Face Negotiation Theory dengan analisis *facework* akan sangat relevan untuk membongkar mitos gaya kepemimpinan Joko Widodo.

Kajian-kajian gaya kepemimpinan dari studi-studi terdahulu melihat teks sebagai wacana yang muncul baik di media massa, media social, iklan politik, maupun dalam konteks keseharian. Kajian ini lebih menekankan pada wacana berupa video yang ada pada Youtube Kompas TV. Dokumentasi Kompas TV tersebut merupakan video yang ditayangkan pada Kompas TV sebagai media massa, karenanya wacana ini merupakan konvergensi media yang hadir dari media massa dan meluas pada media social khususnya Youtube.

Berdasarkan kajian-kajian terdahulu dan state of the art yang penulis coba kembangkan, maka beberapa *novelty* yang diharapkan dari penelitian ini antara lain: Kajian ini menelusuri gaya komunikasi

seorang pemimpin yang berkembang dinamis dari waktu ke waktu. Dalam beberapa kajian terdahulu, para peneliti hanya memaparkan gaya komunikasi seorang pemimpin dalam satu konteks waktu, sementara dalam kajian ini, peneliti mencoba mengungkapkan secara dinamis adanya perubahan-perubahan gaya komunikasi sesuai dengan konteks social, politik, dan budaya. Untuk hal tersebut, penulis akan mengambil unit analisis secara runtut dari waktu sebelum pencalonan, setelah penetapan hingga saat kampanye Pemilu tahun 2024. Kedua Kajian ini mencoba mengembangkan penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan konsep gaya komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi. Dalam penelitian ini, penulis mencoba mensintesis dua pendekatan yakni gaya komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi dan latar belakang budaya melalui *face negotiation theory* dalam konteks komunikasi antarbudaya. Elaborasi kedua pendekatan ini dalam analisis Gaya Komunikasi merupakan keunikan yang belum dilakukan pada penelitian sebelumnya.

Berdasarkan realitas diatas maka penulis merasa tertarik untuk menganalisis gaya komunikasi politik Joko Widodo dalam pemilihan presiden dan wakil presiden pada pemilihan umum Tahun 2024. Adapun judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “Gaya Komunikasi Publik Joko Widodo Dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden dengan rumusan masalah yakni: (1) Bagaimana Gaya Komunikasi Politik Joko Widodo Dalam Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024? ; dan (2) Apa Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos Yang Terkandung Dalam Gaya Komunikasi Politik Joko Widodo Dalam Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024?.

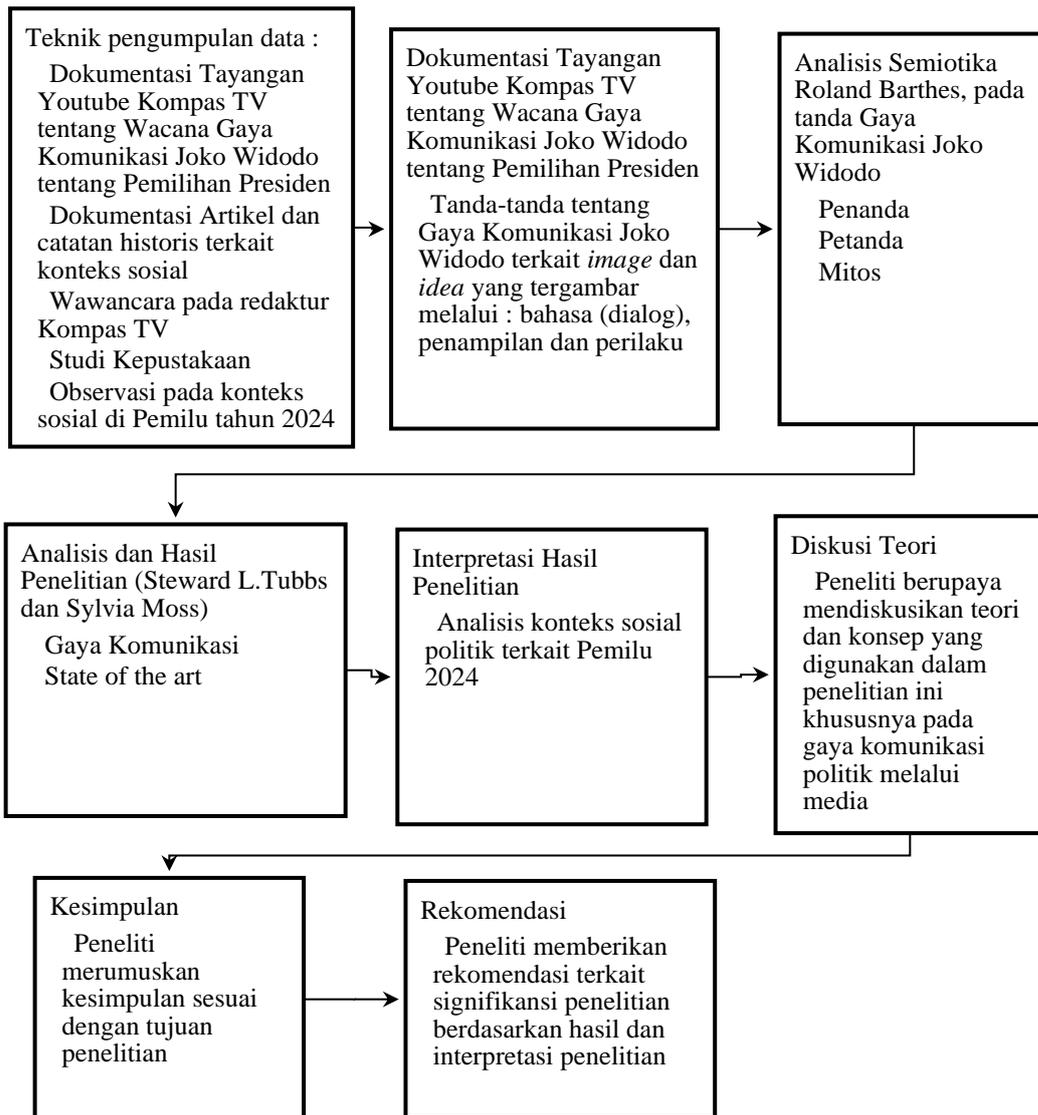
## METHOD

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai paradigma penelitian. Paradigma konstruktivisme yakni memandang realitas kehidupan sosial bukanlah sebagai realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi.

Paradigma konstruktivisme itu mengantarkan manusia pada kedua level yang berbeda, namun kedua level ini yang menjelaskan bahwa arti yang sesungguhnya mengenai paradigma ini. Pertama setelah melihat tayangan program youtube Kompas TV tentang gaya komunikasi Joko Widodo terkait Pemilihan Presiden, manusia memiliki pandangan yang majemuk dan makna yang berbeda bagi setiap orang. Level kedua selain manusia melihat pandangan tayangan dalam tayangan youtube Kompas TV tersebut, manusia menjabarkan makna dari setiap individu tergantung pada pengalaman mereka, masalah yang pernah dihadapi, faktor lingkungan, pendidikan, maupun informasi pendukung yang didapatkan manusia sendiri secara individu.

Berikut adalah Kerangka Penelitian yang merupakan desain penelitian yang penulis rancang sesuai tujuan penelitian:

Bagan 1. *Research Framework*



Objek dalam penelitian Gaya Komunikasi Politik Joko Widodo Dalam Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden ini berupa tayangan video Youtube Kompas TV tentang wacana Gaya Komunikasi Joko Widodo dalam Pemilu 2024. Pemilihan tayangan video youtube Kompas TV tentang Gaya Komunikasi Joko Widodo tersebut diambil berdasarkan konteks masa sebelum penetapan pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden, masa setelah penetapan oleh KPU dan pada masa kampanye Pilpres 2024.

Tabel 1. Unit Analisis

Konteks	Judul	Video
Sebelum koalisi partai pengusung capres-cawapres terbentuk	Momen Ganjar Selfie Bareng Jokowi dan Prabowo (9 Maret 2023)	

Setelah koalisi partai pengusung capres-cawapres terbentuk dan menjelang pengumuman capres-cawapres oleh partai pengusung

Respon Jokowi Soal Rencana Duet Prabowo – Gibran (4 Mei 2023)



Masa kampanye Pilpres 2024

Komentar Jokowi soal Debat Capres Ketiga: Menyerang Personal, Kurang Mendukung (8 Januari 2024)



Data dalam penelitian ini bersumber dari dokumen video Youtube Kompas TV, melakukan wawancara, maupun studi kepustakaan. Peneliti juga memilih pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui proses wawancara dengan informan, juga didukung oleh data sekunder berupa *literature* dan sumber data penunjang, dimana satu sama lain saling menunjang dan melengkapi data yang dilakukan oleh peneliti terkait Gaya Komunikasi Joko Widodo dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2024.

Untuk mengungkapkan Gaya Komunikasi Joko Widodo dalam Pemilu 2024, peneliti menggunakan analisis teks yakni analisis semiotik Roland Barthes (1915-1980). Analisis semiotika Roland Barthes menggunakan penekanan pada pemaknaan dari suatu sistem tanda melalui sistem pemaknaan tingkat pertama (*first order*) atau yang biasa disebut dengan denotasi, selanjutnya ke sistem pemaknaan tingkat kedua (*second order*) yang disebut konotasi dan yang terakhir berupa pengungkapan mitos.

Penelitian ini dilakukan dalam dua tahap. **Tahap pertama** adalah tahap denotasi, yaitu penelitian di tahap produksi makna dengan melihat tanda-tanda Gaya Komunikasi Joko Widodo pada Pemilu 2024 melalui tayangan video youtube Kompas TV terkait *image* dan *idea* yang tervisualisasi melalui tanda bahasa (dialog), penampilan dan perilaku yang mengusung tanda gaya komunikasi. Tanda tersebut dimaknai secara denotatif. **Pada tahap kedua**, adalah konotasi, yaitu dimana peneliti berupaya mengungkapkan makna tersembunyi dibalik tanda tersebut terkait pada konteks sosial dan politik saat teks tersebut diproduksi. Selanjutnya makna konotasi di tahap kedua tersebut pada **tahap berikutnya** merupakan makna denotasi tahap dua yang kemudian peneliti coba maknai kembali terkait pada mitos-mitos dan ideologi. Melalui pemaknaan dua tahap ini peneliti mengungkapkan Gaya Komunikasi Joko Widodo pada Pemilu 2024 yang tergambar pada gambaran yang ada dalam benak kita (peta konseptual) dan bahasa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian Gaya Komunikasi Publik Joko Widodo ini menganalisis video-video dalam Youtube Kompas TV yang menarasikan pemberitaan Kompas TV. Analisis yang dilakukan terkait pada tiga konteks waktu, yakni: Sebelum koalisi partai pengusung capres-cawapres terbentuk dengan judul “Momen Ganjar Selfie Bareng Jokowi dan Prabowo” tanggal 9 Maret 2023. Konteks kedua yakni Setelah koalisi partai pengusung capres-cawapres terbentuk dan menjelang pengumuman capres-cawapres oleh partai pengusung dengan judul “Respon Jokowi Soal Rencana Duet Prabowo – Gibran” tanggal 4 Mei 2023. Dan konteks ketiga pada masa masa kampanye Pilpres 2024 dengan judul “Komentar Jokowi soal Debat Capres Ketiga: Menyerang Personal, Kurang Mendukung” tanggal 8 Januari 2024.

Analisis Semiotik yang dilakukan pada video pertama sebagaimana pada table 2 dibawah menunjukkan: analisis tahap pertama yaitu tahap denotasi menunjukkan video dengan latar area persawahan yang menguning di musim panen, Presiden berjalan di pematang sawah Bersama Prabowo dan Ganjar dalam suasana riang. Ketiganya menunjukkan keakraban sambil tertawa dan mengambil gambar secara bersama dengan latar para petani yang sedang memanen. Presiden dan Prabowo

didampingi staf memakai pakaian putih sedangkan Ganjar memakai seragam pejabat pemerintahan berwarna coklat. Pada analisis tahap kedua yakni konotasi, bahwa Suasana panen raya dengan sawah menguning dan para petani yang bergembira menunjukkan keberhasilan panen, keberhasilan secara ekonomi di daerah Jawa Tengah. Presiden menunjukkan kedekatan dan keakraban dengan Prabowo dan Ganjar yang saat itu ramai digambarkan sebagai bakal calon presiden berikutnya. Dalam wawancara kunjungan kerja Presiden menunjukkan keberpihakan pemerintah pada seluruh pihak baik petani maupun masyarakat terkait kondisi panen raya. Sedangkan analisis tahap berikutnya merupakan makna denotasi tahap dua yang kemudian peneliti coba maknai dalam masa menjelang Pemilu, Presiden menunjukkan gaya komunikasi dominan, dimana dalam berinteraksi ia menguasai situasi komunikasi yang mampu memposisikan Prabowo dan Ganjar sebagai bakal calon pemimpin masa depan melalui pengaruhnya.

**Tabel 2.** Analisis Semiotika Video 1  
Momen Ganjar Selfie Bareng Jokowi dan Prabowo (9 Maret 2023)

ANALISIS TATARAN PERTAMA		
DIALOG/SUARA/TEKS	VISUAL	PETANDA (SIGNIFIED)
<p><i>Jokowi: “Banyak provinsi dan baru panen raya. Dan tadi saya menanyakan langsung kepada para petani bahwa gkbnya jatuh di harga 4200 memang terlalu rendah, sehingga pemerintah ini sedang menghitung dan nanti segera diumumkan oleh badan pangan harga gkp-nya harusnya berapa karena kita punya hitung-hitungan cost dalam setiap komponen, berproduksi beras ini sudah kelihatan semuanya baik mengenai sewa lahan, pupuk, bibitnya dan lain-lainnya enggak ketemu. Nanti badan pangan yang akan mengumumkan sehingga kita harapkan harga gabah di petani itu wajar, harga beras di pedagang wajar, harga pembelian beras oleh Masyarakat pada posisi yang wajar. Semuanya mendapatkan manfaat dan keuntungan dari perhitungan itu”.</i></p>		
<b>PENANDA (1)</b>	<b>PETANDA (1)=PENANDA (2)</b>	<b>PETANDA (2)</b>
<p>Dengan latar area persawahan yang menguning di musim panen, Presiden berjalan di pematang sawah Bersama Prabowo dan Ganjar dalam suasana riang. Ketiganya menunjukkan keakraban sambil tertawa dan mengambil gambar secara bersama dengan latar para petani yang sedang memanen. Presiden dan Prabowo didampingi staf memakai pakaian</p>	<p>Suasana panen dengan sawah menguning dan para petani yang bergembira menunjukkan keberhasilan panen, keberhasilan secara ekonomi di daerah Jawa Tengah. Presiden menunjukkan kedekatan dan keakraban dengan Prabowo dan Ganjar yang saat itu ramai digambarkan sebagai bakal calon presiden berikutnya.</p>	<p>Dalam masa menjelang Pemilu, Presiden menunjukkan gaya komunikasi dominan, dimana dalam berinteraksi ia menguasai situasi komunikasi yang mampu memposisikan Prabowo dan Ganjar sebagai bakal calon</p>

putih sedangkan Ganjar memakai seragam pejabat pemerintahan berwarna coklat.

Dalam wawancara kunjungan kerja Presiden menunjukkan keberpihakan pemerintah pada seluruh pihak baik petani maupun masyarakat terkait kondisi panen raya.

pemimpin masa depan melalui pengaruhnya. Presiden juga menunjukkan gaya komunikasi Relaxed, dimana ia mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain

Berikutnya analisis Semiotika yang dilakukan pada video kedua dipaparkan pada table 3 dibawah ini yang menunjukkan: analisis tahap pertama yaitu tahap denotasi bahwa dalam video terdapat beberapa scene, diawali dengan pertemuan pemimpin partai koalisi dipimpin Prabowo dengan Presiden. Pada scene berikutnya terdapat visualisasi Gibran memakai masker. Dan pada scene berikutnya Presiden menjawab pertanyaan wartawan didampingi Pj. Gubernur DKI Jakarta Heru. Dalam menjawab pertanyaan Presiden cenderung santai sambil sesekali tertawa. Pada analisis tahap kedua yakni konotasi, menunjukkan pertemuan yang digagas Presiden dengan para pemimpin partai koalisi yang dipimpin Prabowo menunjukkan adanya dukungan pada koalisi partai tersebut. Posisi duduk dalam pertemuan tersebut menunjukkan dominasi Presiden yang mengarahkan para pemimpin partai koalisi tentang wacana kepemimpinan masa depan. Dalam sesi wawancara dengan wartawan Presiden bersikap santai dengan penggunaan body language dan gesture serta ungkapan verbal menyangkal kemungkinan putranya yakni Gibran sebagai bakal calon wakil presiden karena berbagai alasan, sehingga diakhir wawancara secara verbal Presiden mengatakan ketidakmungkinan tersebut dengan pernyataan “yang logislah...”. Sedangkan analisis tahap berikutnya merupakan makna denotasi tahap dua yang kemudian peneliti coba maknai bahwa pada masa menjelang pencalonan Presiden dan Wakil Presiden, Presiden Jokowi menunjukkan gaya komunikasi yang berupaya membangun kesan pada masyarakat. Kesan yang menunjukkan sikap dan posisi kuatnya sebagai salah satu pihak yang penting dalam menentukan kepemimpinan masa depan. Impression Leaving yang coba ia angkat dengan kekuatannya mengumpulkan pimpinan partai koalisi. Disamping itu, ia menggunakan gaya komunikasi secara Precise saat menjawab wartawan dan membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan dengan mengungkapkan alasan-alasan ketidakmungkinan anaknya dipilih sebagai bakal calon wakil presiden.

**Tabel 3.** Analisis Semiotika Video 2  
Respon Jokowi Soal Rencana Duet Prabowo – Gibran (4 Mei 2023)

DIALOG/SUARA/TEKS	ANALISIS TATARAN PERTAMA VISUAL	PETANDA (SIGNIFIED)
<p>W: “.....”                      Jokowi: <i>”Ya memang tidak diundang... (Jokowi tertawa)...Nasdem itu ya, kita harus bicara apa adanya ya, sudah memiliki koalisi sendiri. Dan ini gabungan partai yang kemarin berkumpul. Itu kan juga membangun Kerjasama politik yang lain. Mestinya ini kan memiliki strategi besarnya. Ya masa yang disini tahu strateginya kan mestinya enggak seperti itu. Dalam politik itu, wajar-wajar saja, biasa dan saya itu adalah pejabat publik sekaligus pejabat politik, jadi biasa kalau saya berbicara politik. Ya boleh dong. Ya kan, saya berbicara berkaitan dengan pelayanan publik juga bisa</i></p>		

*dong dan memang itu tugas-tugas seorang presiden, hanya memang kalau sudah nanti ada ketetapan KPU, saya itu...”*

*W:”...”*

*J:”Yang dibicarakan banyak sekali, 3 jam, banyak sekali, apanya, semuanya dibicarakan, semuanya dibicarakan bukan itu saja, semuanya dibicarakan yang berkaitan utamanya yang berkaitan dengan politik negara ke depan akan seperti apa, tantangannya negara ini apa, semuanya dan itu butuh kepemimpinan nasional dengan leadership yang kuat yang dipercaya oleh rakyat, yang dipercaya oleh internasional, yang dipercaya oleh investor, yang dipercaya oleh ...(Jokowi membuka kedua tangannya ke depan)”*

*W:”...Pak Prabowo dan mas Gibran dijawab...:*

*J:”...itu aja juga didengerin...(Jokowi tertawa)...pertama umur, yang jeda baru dua tahun aja jadi apa walikota, yang logis sajalah”*

**PENANDA (1)**

Dalam video terdapat beberapa scene, diawali dengan pertemuan pemimpin partai koalisi dipimpin Prabowo dengan Presiden. Pada scene berikutnya terdapat visualisasi Gibran memakai masker. Dan pada scene berikutnya Presiden menjawab pertanyaan wartawan didampingi Pj. Gubernur DKI Jakarta Heru. Dalam menjawab pertanyaan Presiden cenderung santai sambil sesekali tertawa.



**PETANDA (1)=PENANDA (2)**

Pertemuan yang digagas Presiden dengan para pemimpin partai koalisi yang dipimpin Prabowo menunjukkan adanya dukungan pada koalisi partai tersebut. Posisi duduk dalam pertemuan tersebut menunjukkan dominasi Presiden yang mengarahkan para pemimpin partai koalisi tentang wacana kepemimpinan masa depan. Dalam sesi wawancara dengan wartawan Presiden bersikap santai dengan penggunaan body language dan gesture serta ungkapan verbal menyangkal kemungkinan putranya yakni Gibran sebagai bakal calon wakil presiden karena berbagai alasan, sehingga diakhir wawancara secara verbal Presiden mengatakan ketidakmungkinan tersebut dengan pernyataan “yang logislah...”

**PETANDA (2)**

Pada masa menjelang pencalonan Presiden dan Wakil Presiden, Presiden Jokowi menunjukkan gaya komunikasi yang berupaya membangun kesan pada masyarakat. Kesan yang menunjukkan sikap dan posisi kuatnya sebagai salah satu pihak yang penting dalam menentukan kepemimpinan masa depan. Impression Leaving yang coba ia angkat dengan kekuatannya mengumpulkan pimpinan partai koalisi. Disamping itu, ia menggunakan gaya komunikasi secara Precise saat menjawab

wartawan dan  
membicarakan suatu  
konten yang tepat dan  
akurat dalam  
komunikasi lisan  
dengan  
mengungkapkan  
alasan-alasan  
ketidakmungkinan  
anakny dipilih sebagai  
bakal calon wakil  
presiden

Selanjutnya analisis Semiotika yang dilakukan pada video ketiga dideskripsikan pada table 4 dibawah ini yang menunjukkan: analisis tahap pertama yaitu tahap denotasi menggambarkan dalam video terdapat beberapa scene. Pertama Presiden didampingi dua menternya Zulkifli Hasan, yang juga merupakan Ketua Umum Partai Koalisi yang mengusung Pasangan Presiden dan Wakil Presiden Prabowo dan Gibran; serta Budi Karya, Menteri Perhubungan. Presiden menjawab pertanyaan wartawan tentang pendapatnya pasca debat Calon Presiden Komisi Pemilihan Umum yang ketiga. Pada scene berikutnya ditampilkan potongan video debat yang diawali video Prabowo, Ganjar dan Annis Baswedan.. Pada analisis tahap kedua yakni konotasi, menunjukkan secara pemaknaan, video Presiden menanggapi pertanyaan wartawan menunjukkan adanya keberpihakan Presiden pada pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 2 Prabowo dan Gibran. Makna tersebut secara tersirat nampak pada sesi wawancara, Presiden didampingi salah satu Ketua Umum Partai Koalisi pendukung calon Presiden nomor 2. Sedangkan secara tersurat, makna itu muncul dalam respon Presiden secara verbal yang menyampaikan kekecewaan karena menurutnya debat calon Presiden cenderung menyudutkan calon nomor 2 Prabowo. Sedangkan analisis tahap berikutnya menunjukkan Gaya komunikasi public yang digunakan oleh Joko Widodo baik secara verbal maupun nonverbal menunjukkan Gaya Komunikasi Open, yakni ia bersikap terbuka, secara terang benderang memihak pada calon Presiden nomor 2 Prabowo, ia menunjukkan tidak ada rahasia terkait dukungannya tersebut. Disamping gaya komunikasi open, Joko Widodo juga menggunakan gaya komunikasi Argumentative, Dimana ia cenderung mengargumentasikan hal-hal yang terkait dukungannya tersebut secara agresif dengan argumen pembelaan atas sikap calon Presiden Prabowo dalam Debat Calon Presiden.

Tabel 4. Analisis Semiotika Video 3

Komentar Jokowi soal Debat Capres Ketiga: Menyerang Personal, Kurang Mendedukasi (8 Januari 2024)

ANALISIS TATARAN PERTAMA		
DIALOG/SUARA/TEKS	VISUAL	PETANDA (SIGNIFIED)
<p><i>Wartawan: "Pak terkait dengan debat semalam, e..., .....kalau menurut Bapak seperti apa?"</i></p> <p><i>Jokowi: "Yang pertama memang saya melihat substansi dari visinya malah tidak kelihatan yang kelihatan justru saling menyerang yang sebetulnya enggak apa-apa asal kebijakan, asal policy, asal visi yang diserang enggak apa-apa. Tapi kalau sudah menyerang personal pribadi yang tidak ada hubungan dengan konteks debat tadi malam mengenai apa hubungan internasional, mengenai geopolitik, mengenai pertahanan dan lain-lainnya, saya kira kurang</i></p>	 	

memberikan Pendidikan, kurang mengedukasi Masyarakat yang menonton. Saya kira akan banyak yang kecewa sehingga debatnya memang perlu diformat lebih baik lagi. Ada rambu-rambu sehingga hidup, saling menyerang enggak apa-apa tapi kebijakan, policy, visinya yang diserang bukan untuk saling menjatuhkan dengan motif-motif personal. Saya kira enggak baik dan mengedukasi”.

W: “Beberapa narasi yang dibahas...”

J: “Ya kalau kita, kita ini di pemerintahan dalam berbangsa dan bernegara itu semuanya mengacu pada undang-undang kan memang memperbolehkan sampai maksimal 60% dan kita juga harus melihat bahwa eee..... hutang kita dibanding dengan gdb itu masih pada kondisi baik dan amanlah, masih dibawah 40, kan ingat di negara-negara besar itu sudah ada yang 260, ada yang 220 persen, ada yang di tetangga kita, enggak saya sebut negaranya 120, ada yang 66. Saya kira apa yang paling penting hutang itu harus dipakai untuk kepentingan-kepentingan yang produktif yang bisa memberikan return pada negara sehingga negara nanti bisa membayarnya dengan juga adanya kenaikan GDP kita dari tahun ke tahun, period eke periode. Saya kira yang paling penting”.

W:” ... ”

J:”Yang berkaitan dengan pertahanan, yang berkaitan dengan keamanan negara, yang berkaitan dengan alutsista itu ada yang bisa terbuka tapi banyak yang memang harus kita rahasiakan karena menyangkut sebuah strategi besar negara, enggak bisa semuanya dibuka kayak toko kelontongan, enggak bisa, enggak bisa”.



PENANDA (1)	PETANDA (1)=PENANDA (2)	PETANDA (2)
Dalam video terdapat beberapa scene. Pertama Presiden didampingi dua menterinya Zulkifli Hasan, yang juga merupakan Ketua Umum Partai Koalisi yang	Secara pemaknaan, video Presiden menanggapi pertanyaan wartawan menunjukkan adanya keberpihakan Presiden pada pasangan calon Presiden dan	Gaya komunikasi public yang digunakan oleh Joko Widodo baik secara verbal maupun nonverbal

---

mengusung Pasangan Presiden dan Wakil Presiden Prabowo dan Gibran; serta Budi Karya, Menteri Perhubungan. Presiden menjawab pertanyaan wartawan tentang pendapatnya pasca debat Calon Presiden Komisi Pemilihan Umum yang ketiga. Pada scene berikutnya ditampilkan potongan video debat yang diawali video Prabowo, Ganjar dan Annis Baswedan.

Wakil Presiden nomor urut 2 Prabowo dan Gibran. Makna tersebut secara tersirat nampak pada sesi wawancara, Presiden didampingi salah satu Ketua Umum Partai Koalisi pendukung calon Presiden nomor 2. Sedangkan secara tersurat, makna itu muncul dalam respon Presiden secara verbal yang menyampaikan kekecewaan karena menurutnya debat calon Presiden cenderung menyudutkan calon nomor 2 Prabowo.

menunjukkan Gaya Komunikasi Open, yakni ia bersikap terbuka, secara terang benderang memihak pada calon Presiden nomor 2 Prabowo, ia menunjukkan tidak ada rahasia terkait dukungannya tersebut. Disamping gaya komunikasi open, Joko Widodo juga menggunakan gaya komunikasi Argumentative, Dimana ia cenderung mengargumentasikan hal-hal yang terkait dukungannya tersebut secara agresif dengan argumen pembelaan atas sikap calon Presiden Prabowo dalam Debat Calon Presiden.

---

Gaya komunikasi public yang dilakukan Joko Widodo pada masa menjelang Pemilihan Umum 2024 hingga saat kampanye menunjukkan dinamika Komunikasi Publik. Joko Widodo tidak memainkan salah satu gaya komunikasi public tetapi sesuai dengan konteks waktu dan situasi. Di awal masa menjelang Pemilihan Umum, Jokowi lebih menunjukkan Gaya Komunikasi The Controlling Style Dimana Gaya komunikasi Dimana gaya ini bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Hal ini nampak jelas dalam beberapa kesempatan, Jokowi memainkan peran sebagai tokoh berpengaruh dalam menentukan calon pemimpin masa depan.

Namun, terdapat perubahan gaya komunikasi public Jokowi pada masa menjelang pencalonan Presiden dan Wakil Presiden, Dimana sudah muncul beberapa kandidat bakal calon presiden. Konteks situasi yang tidak dapat diabaikan adalah saat salah satu putra Jokowi yakni Gibran, diusung oleh salah satu bakal calon Presiden. Gaya komunikasi Publik Jokowi mengarah pada The Structuring Style yakni Gaya komunikasi yang berstruktur dengan memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan. Pada gaya ini, Jokowi secara implisit memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain. Ia juga menggunakan gaya ini saat dengan kemampuan merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuannya, memberikan penegasan atau mempunyai jawaban setiap pertanyaan- pertanyaan yang muncul.

Dinamika gaya komunikasi public Jokowi berlanjut pada masa kampanye Pemilihan Umum 2024. Secara terbuka, Jokowi menunjukkan gaya komunikasi public The Dynamic Style Dimana ia secara dinamis memiliki kecenderungan agresif, ia memahami bahwa lingkungannya berorientasi pada tindakan. Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah komunikasi yang agresif. Komunikasi yang agresif ini bertujuan untuk merangsang penerima pesan agar melakukan sesuatu dengan lebih baik. Meskipun demikian gaya komunikasi public Jokowi yang dinamis ini masih dilingkupi pada High Context Culture Jokowi yang berlatarbelakang budaya Jawa sehingga pada beberapa kesempatan ia menunjukkan face negotiation dengan menampilkan *Positive face* yang cenderung menyenangkan, santai, riang bahkan tertawa tanpa emosi amarah dalam menyikapi isu-isu terkait Pemilihan Umum 2024.

## KESIMPULAN

Gaya Komunikasi Politik Joko Widodo Dalam Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024 menunjukkan dinamika dari masa sebelum pencalonan Presiden dan Wakil Presiden, masa menjelang pencalonan Presiden dan wakil Presiden ke Komisi Pemilihan Umum hingga masa kampanye. Di awal masa menjelang Pemilihan Umum, Jokowi menunjukkan Gaya Komunikasi The Controlling Style, pada masa menjelang pencalonan Gaya komunikasi Publik Jokowi mengarah pada The Structuring Style, sedangkan di masa kampanye secara terbuka, Jokowi menunjukkan gaya komunikasi public The Dynamic Style.

Melalui analisis semiotika Roland Barthes atas ketiga masa tersebut, gaya komunikasi public Jokowi yang dinamis sesuai konteks waktu dan situasi. Kombinasi gaya komunikasi public yang pertama adalah gaya komunikasi dominan dan Relaxed. Berikutnya pada masa menjelang pencalonan Impression Leaving dan precise, dan terakhir ia menggunakan gaya komunikasi open dan argumentative. Namun meskipun gaya komunikasi public Jokowi senantiasa dinamis dari waktu ke waktu, ia masih dilingkupi pada High Context Culture Dimana ia berlatarbelakang budaya Jawa sehingga pada beberapa kesempatan Jokowi selalu menunjukkan face negotiation dengan menampilkan *Positive face* yang cenderung menyenangkan, santai, riang bahkan tertawa tanpa emosi amarah dalam menyikapi isu-isu terkait Pemilihan Umum 2024.

## REFERENCES

- Andreas, A., Angela, S. J., Suhartono, A., & Mariati, M. (2022). Studi Gaya Komunikasi Visual pada Karya Pemenang Bhayangkara Mural Festival 2021. *Visual*, 17(2), 50–59.
- Korolyov, I., & Domylivska, L. (2020). Mentality and National Character as Semiotic Regulators of Communicative Behavior. *Journal of History Culture and Art Research*, 9(1), 354. <https://doi.org/10.7596/taksad.v9i1.2355>
- Krisna, S. B. (2019). *Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Tommy Soeharto dalam Mata Najwa Episode “Siapa Rindu Soeharto.”* 362015015. [https://repository.uksw.edu/handle/123456789/21556%0Ahttps://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/21556/7/T1\\_362015015\\_Daftar\\_Pustaka.pdf](https://repository.uksw.edu/handle/123456789/21556%0Ahttps://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/21556/7/T1_362015015_Daftar_Pustaka.pdf)
- Martianto, R. W. U., & Toni, A. (2021). Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Milenial Bambang Soesatyo Melalui Youtube Podcast. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 13–28. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i1.2351>
- Pratiwi, A. (2019). Gaya Komunikasi Ahok Berdasarkan Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *Avant Garde*, 7(1), 42. <https://doi.org/10.36080/avg.v7i1.850>
- Rafiq, A., Widaningsih, T., & Diana, R. (2022). Representasi Gaya Komunikasi Agus Harimurti Yudhoyono Dalam Komik Strip: Analisa Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Fanpage Komikkita. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2), 238. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i2.1848>
- Ruhany, T. (2019). Analisis Semiotika Charles S. Pierce Terhadap Iklan Politik Jokowi-Ma'ruf dan Prabowo-Sandi. *Lentera*, 3(1), 21–39.
- Sembodo, A. P., Faisal, T., Swarnawati, A., Riandi, R. N., & El Hassan, I. N. (2022). Gaya Komunikasi Nadiem Makarim. *Communication*, 13(1), 55. <https://doi.org/10.36080/comm.v13i1.1670>