

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penggunaan baliho sebagai alat peraga kampanye dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat di Kecamatan Purba, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara, pada Pemilihan Legislatif Tahun 2024. Dalam konteks masyarakat yang masih menjunjung tinggi kedekatan emosional dan hubungan sosial antar warga, baliho berfungsi tidak sekadar sebagai media promosi politik visual, melainkan sebagai representasi simbolik dari kehadiran calon legislatif di tengah-tengah masyarakat. Meskipun baliho sering dianggap sebagai alat komunikasi satu arah yang bersifat konvensional, penelitian ini menemukan bahwa baliho tetap memainkan peran penting dalam dinamika kampanye politik lokal, terutama di daerah yang masih memiliki keterbatasan dalam akses terhadap media digital dan informasi daring. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi lapangan, serta dokumentasi, terungkap bahwa baliho turut memengaruhi tingkat keterlibatan masyarakat dalam proses pemilu, baik dalam bentuk kehadiran di kegiatan kampanye, diskusi politik, maupun keputusan untuk menggunakan hak pilih secara aktif. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi politik dari Dan Nimmo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baliho sebagai alat peraga ini masih mampu dalam memengaruhi tingkat keterlibatan masyarakat di Kecamatan Purba dalam proses pemilu, baik dalam bentuk kehadiran di kegiatan kampanye, diskusi politik informal, maupun keputusan untuk menggunakan hak pilih secara aktif dan juga desa-desa yang masih minim akses jaringan internet. Dan berdasarkan indikator komunikator dalam skripsi ini yaitu M. Chrismes Haloho dan Radisna Silalahi, serta pesan politik yang menampilkan visi, misi dan simbol partai, media komunikasi politik dalam penelitian ini yaitu baliho sebagai sarana visual setiap kandidat, sasaran dalam penelitian ini yaitu masyarakat pemilih di Kecamatan Purba, sehingga memunculkan efek komunikasi politik yaitu peningkatan partisipasi politik masyarakat Kecamatan Purba.

Kata Kunci: Baliho, Alat Peraga Kampanye, Komunikasi Politik, Pemilu

ABSTRACT

This research examines the use of billboards as campaign props in increasing community political participation in Purba District, Simalungun Regency, North Sumatra, in the 2024 Legislative Election. In the context of a society that still values emotional closeness and social relations between citizens, billboards function not just as a visual political promotion medium, but as a symbolic representation of the presence of legislative candidates in the midst of society. Even though billboards are often considered a conventional one-way communication tool, this research finds that billboards still play an important role in the dynamics of local political campaigns, especially in areas that still have limited access to digital media and online information. Through a qualitative descriptive approach, and data collection techniques in the form of interviews, field observations, and documentation, it was revealed that billboards also influence the level of community involvement in the election process, both in the form of attendance at campaign activities, political discussions, and the decision to actively exercise the right to vote. The theory used is Dan Nimmo's political communication theory. The research results show that billboards as a visual aid are still capable of influencing the level of community involvement in Purba District in the election process, both in the form of attendance at campaign activities, informal political discussions, and the decision to actively use the right to vote and also in villages that still lack internet network access. And based on the communicator indicators in this thesis, namely M. Chrismes Haloho and Radisna Silalahi, as well as political messages that display the party's vision, mission and symbols, the political communication media in this research are billboards as a visual means for each candidate, the target in this research is the voting public in Purba District, giving rise to political communication effects, namely increasing political participation in the Purba District community.

Keywords: *Billboards, Campaign Props, Political Communication, Elections*