



EISSN : [27164012](#)

ISSN : [23384751](#)

DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah

Jl. Maulana Yusuf No.10 Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, 15118 Banten

KOMUNIKASI MULTIMODAL ALFIANSYAH KOMENG DALAM PEMILIHAN UMUM DEWAN PERWAKILAN DAERAH RI 2024

¹Fajar Nugraha; ²Wulan Nayla Luthfiyanti; ³Siti Nuraeni; ⁴Khaeruni

^{1,2,3,4} Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Tazkia

Email: fajarnugraha@tazkia.ac.id

Article Information :

Submitted 8 Desember 2024

Revised 27 Desember 2024

Published 27 Desember 2024

ABSTRACT

This research raises the research question of how Alfiansyah Komeng's multimodal communication framework in the 2024 General Election of the Indonesian House of Regional Representatives. The purpose of this research is to obtain Alfiansyah Komeng's multimodal communication framework in the 2024 General Election of the Indonesian House of Regional Representatives. The results of this study are expected to benefit an in-depth understanding of the concept of multimodal analysis as a political communication tool in political campaigns. The research method used is a descriptive qualitative approach with analysis of multimodal communication theory from Kress and Van Leeuwen. The results showed that the identional component of komeng's photo on the ballot paper of DPD RI candidates brought a funny impression that made people vote for him. Interpersonal perception of komeng shows that komeng is a genuine, unique and entertaining figure. Komeng as a comedian has been attached for a long time and indirectly becomes his social identity, Komeng's humorous characteristics provide an effective stimulus to voters who then give birth to positive interactions.

Keywords : *Multimodal Communication, DPD RI Election, Political Communication.*

ABSTRAK

Penelitian ini mengangkat pertanyaan penelitian tentang bagaimana kerangka komunikasi multimodal Alfiansyah Komeng dalam Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Daerah RI 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan kerangka komunikasi multimodal Alfiansyah Komeng dalam Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Daerah RI 2024. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pemahaman mendalam tentang konsep analisis multimodal sebagai alat komunikasi politik dalam kampanye politik. Metode penelitian yang digunakan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis teori komunikasi multimodal dari Kress dan Van Leeuwen. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa

secara komponen identional foto komeng di kertas suara calon DPD RI membawa kesan lucu sehingga membuat masyarakat untuk mencoblosnya. Secara interpersonal persepsi piblik terhadap komeng menunjukkan bahwa komeng sebagai sosok yang asli apa adanya, unik dan menghibur. Komeng sebagai komedian telah melekat sejak lama dan secara tidak langsung menjadi identitas sosial dirinya, krakteristik Komeng yang humoris memberikan sebuah stimulus efektif terhadap para pemilih yang kemudian melahirkan interaksi positif.

Kata Kunci : *Komunikasi Multimodal, Pemilu DPD RI, Komunikasi Politik.*

A. INTRODUCTION/PENDAHULUAN

Munculnya foto Alfiansyah komeng di kertas suara DPD RI dari Jawa Barat membuat perhatian pemilih di Jawa Barat dan ramai di media sosial. Salah satu akun media sosial twitter @andihidayat yang dilihat lebih dari 1 juta pengguna, mengungkapkan melalui postingannya “DPD gua ada komeng dan fotonya paling kocak sendiri langsung gua coblos demi Indonesia yang lebih spontan? Uhuy”. Penampilan Foto komeng di kertas suara yang membuat pemilih di Jawa Barat memilihnya dan mampu mengalahkan calon Incumbent DPD RI seperti Eni Sumarni dan Amang Syafrudin.

Alfiansyah Komeng kelahiran 25 Agustus 1970. Dia adalah pelawak, pengisi suara, penyiar radio, dan penyiar televisi Indonesia. Karirnya dimulai sebagai pelawak. Komeng pernah menjadi siswa Akademi Bisnis Indonesia sebelum menjadi komedian, tetapi tidak lulus. Ia menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat ABA-ABI pada tahun 1990 saat ia kuliah. Komeng juga sempat berpindah tempat kuliah. Pada April 2018, ia berhasil meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana Bekasi (tribunnews.com, 2024).

Alfiansyah komeng belum pernah menduduki kursi pemerintahan sehingga kemunculannya di dunia politik cukup mengejutkan dan menarik perhatian masyarakat yang justru membuat Alfiansyah komeng memenangkan pemilu legislatif di tahun 2024. Komeng menyatakan bahwa salah satu alasan dia maju sebagai DPD RI di konstensi Pileg 2024 adalah untuk mendukung suara rekan satu profesinya di dunia komedian. Jika dia terpilih, dia juga ingin menghibur orang Jawa Barat (bangka.tribunnews.com, 2024).

Dalam konteks pemilihan umum, para pemilih memberikan suara mereka berdasarkan pada karakter yang dipersepsikan dari pada kandidat politik dibandingkan dengan posisi mereka dalam isu-isu kebijakan (Ha & Lau, 2015; Steffan et al., 2024). Keputusan seseorang dalam memilih kandidat politik dibentuk selama 100 detik paparan potongan video atau gambar dari calon pemimpin politik (Willis & Todorov, 2006). Pesan politik dengan bahasa dan multomodalitas humor akan menentukan dalam rekonstektualisasi pesan politik daring (Bülow & Johann, 2023). Konten yang bersifat humor lebih mungkin diteruskan secara online (Bülow & Johann, 2023; Golan & Zaidner, 2008). Maka pesan-pesan politik dalam multimodal komeng akan menjadi lebih mungkin diteruskan oleh orang lain sehingga menjadi viral.

Selain percakapan di media sosial, pemberitaan di media terkait foto komeng di kertas suara juga menjadi pemberitaan yang di muat oleh berbagai media. Harcup & O'Neill (2017) memberikan bukti bahwa berita multimodal lebih mungkin dipilih dan dievaluasi sebagai berita yang layak diberitakan daripada berita monomodal. Karakteristik sistem politik dan media berhubungan dengan pemingkaian karakter multimodal kandidat dalam liputan berita online komersial (Steffan et al., 2024)

Analisis wacana multimodal telah menekankan peran penting sudut pandang. Secara alami, sudut pandang tertanam dalam semua bentuk wacana. Norma dalam wacana adalah adanya banyak sudut pandang (Lou, 2017). Maka, interpretasi atas sudut pandang membangkitkan sebuah kerangka yang memungkinkan partisipan wacana menegosiasikan dalam sebuah jaringan sudut pandang untuk menemukan makna.

Foto alfiansyah komeng di kertas suara merupakan bagian dari komunikasi multimodal yang bentuk komunikasinya tidak menggunakan bahasa verbal tetapi bahasa non verbal dengan gambar. Multimodal merupakan kajian untuk mengeksplorasi makna dibalik gambar melalui pemetaan makna komunikasi visual. Karena itu, studi multimodal terkait dengan ilmu semiotika. Dalam semiotika sosial, bahasa dianggap sebagai pertukaran makna sosial. Ini memiliki tiga metafungsi: ideational, interpersonal, dan textual. Kress dan Van Leeuwen mengatakan bahwa desain visual dapat dianggap sebagai bahasa, sehingga kita dapat mempelajari metafungsinya (Ayuni & Darmayanti, 2022).

Dengan demikian peneliti mengangkat pertanyaan penelitian tentang bagaimana kerangka komunikasi multimodal Alfiansyah Komeng dalam Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Daerah RI 2024 ?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan kerangka komunikasi multimodal Alfiansyah Komeng dalam Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Daerah RI 2024. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pemahaman mendalam tentang konsep analisis multimodal sebagai alat komunikasi politik dalam kampanye politik. Apalagi perkembangan media sosial yang begitu pesat, kampanye tidak hanya dilakukan dalam bahasa, tetapi digambarkan pada berbagai simbol dan gambar bersama karena teks kontemporer selalu terdiri dari mode semiotik.

B. LITERATURE REVIEW/TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Politik

Setiap sistem politik selalu melakukan komunikasi politik, yang berkaitan dengan hubungan antara isu-isu politik, pembuatan peraturan politik, aturan aplikasi, dan aturan ajudikasi lainnya yang berkaitan dengan proses komunikasi. Fungsi sistem politik termasuk sosialisasi politik dan rekrutmen, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, pembuatan aturan, dan aplikasi aturan (Wahid, 2016).

Doris Graber (1981), dalam (Cangara, 2009) menegaskan bahwa komunikasi politik termasuk retorika dan simbol bahasa, seperti bahasa tubuh dan gambar. Oleh karena itu, komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai suatu proses penggunaan simbol atau lambang dalam komunikasi yang mengkomunikasikan pesan politik dari satu orang atau kelompok ke orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir mereka, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku mereka yang ditargetkan oleh politik.

Bentuk komunikasi politik dalam kampanye politik biasanya bergantung pada beberapa teknik yang khas. Strategi “ikuut-ikutan” iklan mengklaim bahwa mayoritas orang mendukung kandidat, sehingga pemilih terdorong untuk bergabung dengan mereka (Schubert, 2021).

2. Komunikasi Multimodal

Pada dasarnya, semua komunikasi bersifat multimodal. Manusia menggunakan bahasa, gerak tubuh, postur tubuh, dan mode non-verbal lainnya secara bersamaan untuk berkomunikasi (Parian-Scherb et al., 2023). Manusia juga dapat menggunakan cara-cara kreatif untuk mencatat apa yang di rasakannya, misalnya menggunakan puisi dan tulisan kreatif atau bentuk seni lainnya untuk membekukan apa yang kita pahami. Kita menjelaskan dunia yang kita selidiki kepada orang lain dengan cara multimodal (Noris, 2021).

Salah satu media yang dapat digunakan untuk menganalisis komunikasi multimodal adalah gambar. Jewitt (2017) dalam (Kjeldsen & Hess, 2021) menggambarkan pendekatan komunikasi multimodal sebagai representasi komunikasi yang bukan hanya sekedar bahasa tetapi memperhatikan berbagai bentuk komunikasi yang digunakan melalui gambar, gestur, tatapa dan postur tubuh. Orang dapat mengekspresikan berbagai imajinasi melalui gambar dan tulisan. Gambar menjadi salah satu bentuk teks multimodal yang bisa digunakan sebagai proses komunikasi (Alawiyah, 2022). Sifat multimodal dalam komunikasi dan interaksi sehari-hari di abad ke-21 telah menyebabkan meningkatnya panggilan untuk dimasukkan pada konten multimodal seperti gambar (Calafato & Gudim, 2022).

Sebagian besar penelitian tentang multimodal bergantung pada teori semiotika dan semiotika sosial, dan berkaitan dengan makna dalam teks atau kontruksi ulang yang diasumsikan dari penalaran, kesimpulan, dan sudut pandang (Kjeldsen & Hess, 2021).

Kress dan van Leeuwen (Kress, 2021) berpendapat bahwa, dalam konteks menganalisis sebuah teks, analisis multimodal dapat dipahami sebagai prosedur analitis yang menggabungkan aspek-aspek dan langkah-langkah analisis linguistik seperti semantik dan wacana. Analisis multimodal menggabungkan dua aspek atau dua mode dalam proses menganalisis sebuah teks untuk mendapatkan maknanya. Kedua mode tersebut adalah mode verbal dan mode gambar, yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dan makna, representasi dari perspektif, dan makna dari gambar visual yang ditampilkan.

Dalam konteks pemilihan legislatif, komunikasi multimodal diartikan sebagai penggunaan artefak multimodal untuk mempengaruhi orang atau audiens. Untuk menentukan bagaimana audiens merespon, kita harus memeriksa contoh-contoh respon dari audiens. Dalam komunikasi politik hampir sepenuhnya bergantung pada pemahaman audiens tentang situasi dan konteks (Kjeldsen & Hess, 2021).

C. METHOD/METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut (Moleong, 2017), Data yang dikumpulkan dalam pendekatan deskriptif kualitatif terdiri dari kata-kata, gambar, dan catatan lapangan, serta dokumentasi pribadi, catatan, atau memo. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mencocokkan realitas empiris dengan teori relevan.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah foto Alfiansyah komeng di kertas suara calon anggota legislatif DPD RI daerah pemilihan Jawa Barat. Peneliti menggunakan metode analisis data interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Hubermann untuk menganalisis data. Miles dan Humermen (1984), dalam (Ayuni & Darmayanti, 2022) mengatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif hingga titik jenuh. Dalam teknik analisis data kualitatif, proses penelitian terdiri dari pengumpulan data, pengurangan data, penyampaian data, dan verifikasi atau kesimpulan dari drawing "penarikan kesimpulan".

Analisis data dilakukan untuk menggambarkan peristiwa yang terjadi selama penelitian. Ini dilakukan dengan mengumpulkan, menyusun, dan menganalisis data secara kualitatif untuk sampai pada kesimpulan.

D. RESEARCH FINDINGS/TEMUAN HASIL PENELITIAN

1. Deskripsi Gambar



Gambar 1. Kertas Suara Calon DPD RI

Gambar 1 menunjukkan foto Alfiansyah Komeng di kertas suara calon DPD RI dapil Jawa Barat. Foto komeng tersebut terlihat memiringkan kepala ke arah kiri dengan mata yang melotot dan sedikit membuka mulutnya. Foto tersebut berbeda dengan foto para calon DPD RI yang lain yang terlihat lebih formal. Komeng mengungkapkan bahwa foto yang dia pasang ingin terlihat antimainstream tidak seperti orang lain. Ia mengaku ingin menunjukkan hal yang baru kepada masyarakat. Pemasangan foto di kertas suara bukan merupakan trik untuk menarik pemilih. Bukan, foto itu ia ambil sendiri atau selfie di depan rumah sembari memanaskan mobil yang selanjutnya langsung di bawa ke Komisi Pemilihan Umum (KPU) Jawa Barat.

2. Interpretasi Inti

Data dalam kajian ini adalah gambar Alfiansyah Komeng dalam kertas suara calon anggota DPR Ri dapil Jawa Barat. Gambar Alfiansyah Komeng dalam kertas suara merupakan bagian dari komunikasi multimodal yang merepresentasikan makna. Maka gambar tersebut dianalisis merujuk pada teori Kress dan van Leeuwen terkait dengan metafungsi bahasa yang dikaitkan dengan multimodal. Terdapat tiga komponen yang digunakan dalam analisis komunikasi multimoda yaitu (Kress, 2021)

- a. Komponen ideational meliputi :
 - Proses. Analisis naratif (analisis naratif) dan analisis konseptual adalah dua jenis analisis proses. Analisis naratif terdiri dari proses tindakan, yang terdiri dari dua bagian: proses tindakan transaksional dan non-transaksional.
 - Partisipan. Melalui ukuran, komposisi, saturasi warna, ketajaman, dan fokus warna, partisipan adalah orang, atau bahkan tempat yang ada dalam analisis gambar.
 - Sirkumstan. Sirkumstan untuk metafungsi visual mencakup (a) lokasi di mana proses terjadi, (b) alat yang berkaitan dengan sarana proses yang dibentuk oleh alat dengan tindakan yang dilakukan, dan (c) penyerta yang berkaitan dengan proses di mana dua benda wujud dapat disatukan sebagai dua unsur.
- b. Komponen interpersonal meliputi :
 - Kontak (contact), terdiri dari: 1) seni gambar; (a) permintaan (barang atau jasa) adalah interaksi langsung antara partisipan dan khalayak yang ditunjukkan melalui kontak mata yang menatap kepada penyaksi; (b) tawaran (informasi) adalah adanya pandangan penyaksi; dan (c) tatapan (mata); langsung (langsung) berarti tatapan dari partisipan langsung; dan (tidak langsung) berarti tatapan dari partisipan tidak langsung.
 - Jarak Sosial (Social distance) meliputi ukuran frame; (a) pandangannya yang intim atau personal, (b) pandangannya yang sosial dan adil, dan (c) pandangannya yang umum.
 - Sudut Pandang (Point of view) meliputi gambar subjektif; sudut horizontal; keterlibatan (sudut frontal), pemisahan (sudut miring), dan sudut vertikal; kekuatan penonton (pandangan menjadi kuat) dan kekuatan peserta yang diwakili (pandangan menjadi lemah).
- c. Komponen tekstual meliputi nilai data visual. Nilai informasi: menghubungkan dua Elemen dalam gambar dan dapat memberikan nilai informasi khusus tentang apa yang ada di dalamnya, baik dari kanan, kiri, atas, bawah, tengah, dan samping. Unsur pusat berada di tengah dan terdiri dari triptych sebagai unsur non-pusat yang berada di sisi kanan, kiri, atas, dan bawah. circular sebagai non-sentral yang ditempatkan di atas, di bawah, atau di samping Kemudian, informasi di sebelah kiri menunjukkan informasi yang diberikan, dan informasi di sebelah kanan menunjukkan informasi baru.

E. DISCUSSION/DISKUSI

Analisis data tentang prespektif penulis disajikan di sini, dan argumentasi penelaah diinterpretasikan langsung dengannya. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menghasilkan hasil penilaian dan makna dari pelajaran yang dapat memengaruhi sikap dan perilaku setiap orang.

Proses yang di tunjukan dari foto Alfiansyah Komeng di kertas suara calon DPD RI membuat kesan berbeda dari lainnya, masyarakat menganggap foto nyeleneh yang dibuat dapat menghilangkan ketegangan yang terjadi pada masa pemilu. Tindakan yang ditunjukkan secara langsung menggambarkan foto yang membawa kesan lucu. Partisipan yang terlihat dalam foto tersebut adalah sosok komeng terlihat memiringkan kepala ke arah kiri dengan mata yang melotot dan sedikit membuka mulutnya. Hal ini memperlihatkan komeng terlihat ingin menunjukkan politik antimainstream yang tidak dilakukan oleh kontestan calon anggota DPD RI yang lain. Sehingga foto tersebut menjadi perbinjangan para

pemilih baik di dunia nyata maupun dunia maya. Hal ini diungkapkan oleh akun @rzakumar di media sosial twitturnya “ketawa di bilik suara karena liat komeng dan ekspresinya bikin kaget sehingga auto coblos mukanya sebagai sikap defensif. Mana pake yang ini fotonya.” dan akun @lexigo109 “Gua kaget kok ada komeng, yaudah gua coblos komeng awowkkwkw”. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi pemilih yang mencoblos komeng karena faktor kelucuan foto yang di pasang oleh Alfiansyah komeng. Untuk lokasi terjadinya peristiwa dalam sebuah gambar tidak bisa digambarkan secara utuh.

Komponen interpersonal yang tergambar dalam foto Komeng dengan kepala miring dan ekspresi mata melotot tidak hanya mewakili dirinya sendiri, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan yang lebih dalam. Foto ini berfungsi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan secara pribadi dan citra Komeng sebagai seorang pelawak yang benar-benar, unik, dan menghibur.

Jarak sosial dalam sebuah foto tersebut menampilkan Komeng sendiri, seorang pelawak yang sekarang menjadi calon anggota DPD. Ini mendekatkan pemilih ke persona Komeng, menggabungkan dunia hiburan dengan politik. Foto ini juga menunjukkan bahwa Komeng adalah kandidat yang berani untuk mewakili keinginan orang Jawa Barat.

Sangat banyak sudut pandang publik yang berbeda tentang foto ini, yang menunjukkan Komeng sebagai sosok yang asli, unik, dan menghibur, menggambarkan persepsi publik yang telah lama dipegangnya sebagai komedian. Foto ini juga menjadi ikon karena kemiripannya dengan Komeng, yang merupakan indeks yang menunjukkan bahwa dia adalah kandidat, dan sebagai representasi dari pendekatan politik yang aneh dan berbeda.

Komeng membawa nuansa baru dalam branding politik, citra Komeng sebagai komedian telah melekat sejak lama dan secara tidak langsung menjadi identitas sosial dirinya, karakteristik Komeng yang humoris memberikan sebuah stimulus efektif terhadap para pemilih yang kemudian melahirkan interaksi positif, dampak positifnya adalah meningkatnya hubungan sosial komeng dalam kapasitasnya sebagai wakil rakyat dan masyarakat. Komeng telah menghadirkan panggung entertainment politik (politik hiburan) ditengah persaingan politik yang sengit, konsep politik hiburan yang menonjolkan keceriaan ditengah ketegangan politik semacam itu, mampu menciptakan rasional, emosional, bahkan menciptakan hubungan yang kuat dikalangan pemilih.

Masyarakat Jawa Barat menganggap dengan keunikan foto yang ditampilkan Komeng pada kertas surat suara pada pemilu 2024 membuat kesan berbeda dari lainnya, masyarakat menganggap foto nyeleneh yang dibuat dapat menghilangkan ketegangan yang terjadi pada masa pemilu. Berdasarkan hitung cepat KPU per 17 Februari 2024 Komeng telah mencapai 1.556.735 suara atau 12,4 % . Perpaduan foto nyeleneh dan penggunaan nama panggung komeng disurat suara, mampu menarik perhatian pemilih. Beberapa pose foto calon anggota DPD disurat suara, memang lebih luwes dibandingkan foto calon presiden dan wakil presiden dipemilu 2024. KPU memperbolehkan para calon anggota DPD menampilkan foto dengan khas dan keunikan masing masing calon. Komeng menyadari keluwesan pada surat suara pemilu anggota DPD, karena itu langkah pertama yang dilakukan agar pemilih memilihnya ketika hari pencoblosan dengan foto nyeleneh dan menjadikan nama panggung menjadi nama resmi disurat suara.

F. CONCLUSSION/KESIMPULAN

Komunikasi multimodal secara signifikan mempengaruhi keberhasilan dalam kampanye politik, negosiasi, dan penyelesaian konflik (Grebelsky-Lichtman & Avnimelech, 2018). Para penerima (audiens) benar-benar merespon isyarat-isyarat retorika dalam teks multimodal. Sebagian dasar pemikiran dari studi empiris memaparkan bagaimana aspek-aspek tertentu dari komunikasi multimodal, terutama gambar memiliki kesegaraan yang sensual dan materialitas estetis, tetapi pada saat yang sama dapat berfungsi untuk menciptakan ujaran, proposisi, dan argumen (Pflaeging & Stöckl, 2021).

Bahasa yang menggambarkan peran emosi dalam iklan politik sering kali menggunakan kata-kata seperti memicu, isyarat, memanfaatkan, atau memanipulasi emosi, sehingga menggambarkan pemirsa sebagai penerima pasif stimulus retorik. Dalam hal komunikasi multimodal, manusia menerjemahkan secara semiotik dan berdebat secara rasional, sementara secara bersamaan merasakan secara estetis dan memahami secara emosional. (Kjeldsen & Hess, 2021).

REFERENCES/REFERENSI

- Alawiyah, S. (2022). Komunikasi Multimodal dalam Komik Strip "Vision of the Post-Pandemic Future." In *Literasi dan Kewarganegaraan Digital* (pp. 69–90).
- Ayuni, A. Q., & Darmayanti, N. (2022). Analisis Multimodal Wacana Kritis Iklan Layanan Masyarakat Bertema Vaksinasi COVID-19 oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia. *Deiksis*, 14(3), 262. <https://doi.org/10.30998/deiksis.v14i3.11923>
- Bülow, L., & Johann, M. (2023). Effects and perception of multimodal recontextualization in political Internet memes. Evidence from two online experiments in Austria. *Frontiers in Communication*, 7. <https://doi.org/10.3389/FCOMM.2022.1027014/FULL>
- Calafato, R., & Gudim, F. (2022). Comics as a multimodal resource and students' willingness to communicate in Russian. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 13(2), 270–286. <https://doi.org/10.1080/21504857.2021.1951788>
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajagrafindo Persada.
- Golan, G. J., & Zaidner, L. (2008). Creative strategies in viral advertising: An application of Taylor's six-segment message strategy wheel. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(4), 959–972. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00426.x>
- Grebelsky-Lichtman, T., & Avnimelech, G. (2018). Immediacy Communication and Success in Crowdfunding Campaigns: A Multimodal Communication Approach. In *International Journal of Communication* (Vol. 12). <http://ijoc.org>.
- Ha, S. E., & Lau, R. R. (2015). Personality Traits and Correct Voting. *American Politics Research*, 43(6), 975–998. <https://doi.org/10.1177/1532673X14568551>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Kjeldsen, J., & Hess, A. (2021). Experiencing multimodal rhetoric and argumentation in political advertisements: a study of how people respond to the rhetoric of multimodal communication. *Visual Communication*, 20(3), 327–352. <https://doi.org/10.1177/14703572211013399>
- Kress, G. L. T. Van. (2021). *Reading Images The Grammar of Visual Design*.
- Lou, A. (2017). Viewpoint and image schemas in multimodal political discourse. *Journal of Pragmatics*, 122, 77–90. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.07.002>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (36th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Parian-Scherb, M., Uhrig, P., Rossetto, L., Dupont, S., & Schuldt, H. (2023). Gesture retrieval

- and its application to the study of multimodal communication. *International Journal on Digital Libraries*. <https://doi.org/10.1007/s00799-023-00367-0>
- Pflaeging, J., & Stöckl, H. (2021). The rhetoric of multimodal communication. In *Visual Communication* (Vol. 20, Issue 3, pp. 319–326). SAGE Publications Ltd.
<https://doi.org/10.1177/14703572211010200>
- Schubert, C. (2021). Multimodal cohesion in persuasive discourse: A case study of televised campaign advertisements in the 2020 US presidential election. *Discourse, Context and Media*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100537>
- Steffan, D., Grabe, M. E., & Famulari, U. (2024). Multinational and Multimodal Character Framing of Political Candidates in Online News: Do Political and Media System Classifications Matter? *International Journal of Press/Politics*.
<https://doi.org/10.1177/19401612241285665>
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik Teori, Konsepsi, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Simbiosis Rekatama Media.
- Willis, J., & Todorov, A. (2006). First Impressions Making Up Your Mind After a 100-Ms Exposure to a Face. *Psychological Science*, 17(7), 592–598.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01750.x>