

Maskot ‘Si Nara Singa’ sebagai Media Komunikasi Publik dan Strategi Dakwah Kultural KPU Kabupaten Kediri dalam Perspektif Studi Media Islam

Febry Nur Aisyiyah

Institut Agama Islam Negeri Kediri
febrynuraisyiyah19@gmail.com

Ellyda Retpitasaki

Institut Agama Islam Negeri Kediri
Ellyda@iainkediri.ac.id

Franisita Meisya Wardani

Institut Agama Islam Negeri Kediri
franisitameisyawardani@gmail.com

S. Antika Putri Hapsari

Institut Agama Islam Negeri Kediri
antikaputri616@gmail.com

Silma Afifah

Institut Agama Islam Negeri Kediri
silmaafifah744@gmail.com

ABSTRACT

This study explores the role of the 2024 Kediri Regency General Election Commission (KPU) regional election mascot, Si Nara Singa, as a medium of public communication. Employing a qualitative research approach, data were collected through documentation, observation, and interviews. To analyze the symbolic and communicative aspects of the mascot's design, the study applies Stuart Hall's theory of representation. The findings offer a deeper understanding of how the mascot functions as an effective tool in disseminating information and engaging the public. The research draws upon two main data sources: primary data obtained from interviews, and secondary data from relevant literature and official documents. The KPU of Kediri Regency recognizes the strategic importance of public communication, particularly in the context of the 2024 general and local elections. Through initiatives such as traditional cultural art performances and the mascot parade (Kirab Maskot), the KPU leverages Si Nara Singa across multiple communication platforms to enhance transparency and boost voter participation. Overall, the mascot serves not only to represent the institution's identity but also to foster emotional connection and active civic engagement within the local community.

Keywords: *cultural da'wah; mascot; public communication; KPU Kediri District.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan representasi maskot ‘Si Nara Singa’ sebagai media komunikasi publik sekaligus strategi dakwah kultural yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kediri dalam perspektif studi media Islam. Metode penelitian ini bersifat kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara. Analisis dilakukan menggunakan teori representasi Stuart Hall untuk memahami makna yang dibentuk melalui simbol, bahasa, dan konteks budaya dalam desain dan aktivitas maskot. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer (wawancara) dan data sekunder (literatur dan dokumen resmi KPU). Hasil penelitian menunjukkan bahwa maskot “Si Nara Singa” tidak hanya menjadi simbol visual, tetapi juga berperan sebagai alat komunikasi publik yang efektif

Diterima: Mei 2024. Disetujui: Juli 2024. Dipublikasikan: Januari 2025

dalam menyampaikan pesan-pesan demokrasi, edukasi politik, dan nilai-nilai partisipatif kepada masyarakat. Dalam perspektif studi media Islam, strategi KPU Kabupaten Kediri dapat dikategorikan sebagai dakwah kultural, di mana unsur budaya lokal seperti simbol singa, keris, dan pakaian tradisional digunakan sebagai medium dakwah bil-*hāl* untuk mengajak masyarakat berpartisipasi secara aktif dan sadar dalam pemilu. Kegiatan seperti kirab maskot dan pertunjukan seni budaya tradisional tidak hanya memperkuat identitas lokal, tetapi juga mengaktualisasikan nilai-nilai Islam seperti keadilan, musyawarah, dan tanggung jawab sosial dalam ruang publik. Dengan demikian, KPU Kabupaten Kediri berhasil memadukan strategi komunikasi publik modern dengan pendekatan dakwah kultural berbasis media dan budaya lokal, yang relevan dalam membangun kesadaran politik dan keagamaan masyarakat secara bersamaan.

Kata kunci : dakwah kultural; maskot; komunikasi publik; KPU Kabupaten Kediri.

Pendahuluan

Fenomena pilkada saat ini menunjukkan bahwa pilihan politik yang terbatas dan alternatif kotak kosong menjadi masalah yang besar (Andryanto, 2024). Penggunaan maskot "Si Nara Singa" dapat menjadi strategi kreatif untuk mengedukasi masyarakat agar ikut berpartisipasi dalam Pilkada 2024, khususnya di Kabupaten Kediri. Penggunaan maskot "Si Nara Singa" dapat menjadi strategi inovatif untuk memperkuat komunikasi publik dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya berpartisipasi dalam pemilu (Khoirunnisa, 2024). Namun, untuk mencapai demokrasi yang sehat, perlu ada upaya lebih lanjut dari semua pihak untuk memastikan bahwa pemilih memiliki pilihan yang beragam dan berkualitas.

Komisi Pemilihan Umum atau KPU adalah lembaga independen yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan pemilihan di Indonesia. Nama KPU sendiri telah menjadi akrab bagi masyarakat Indonesia sejak era pasca reformasi. Berdasarkan Keppres No. 188 tahun 1955, PPI (Panitia Pemilihan Indoneisa) dibentuk sebagai lembaga penyelenggara pemilu pertama di Indonesia selama era Presiden Soekarno (Bisri, 2012: 5-6).

Menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu, KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota berfungsi sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang permanen dan Bawaslu berfungsi sebagai lembaga pengawas pemilihan. KPU bertanggung jawab atas tahapan pemilihan umum dan tanggung jawab lainnya. Adapun tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang ditetapkan dalam UU No. 7 Tahun 2017 Pasal 12-14.2, KPU memberikan laporan Presiden kepada Dewan Perwakilan Rakyat (Rambe et al., 2023: 698 - 711).

Strategi inovatif untuk membedakan sebuah perusahaan atau bisnis dari pesaingnya diperlukan karena dunia pemasaran dan branding berkembang pesat. Semakin pentingnya identitas visual perusahaan sebagai bagian penting dari komunikasi publik perusahaan. Penggunaan maskot sebagai representasi visual perusahaan dalam beberapa tahun terakhir telah menarik perhatian. Maskot dalam identitas visual perusahaan memiliki potensi untuk membangun hubungan emosional yang kuat dengan pelanggan, meningkatkan pengenalan, dan menciptakan persepsi positif. Oleh karena itu untuk mencapai tujuan ini, desain grafis sangat penting dalam perancangan maskot (Maslahah et al., 2024: 53).

Menurut Wheeler, maskot adalah komponen (pictorial mark) dari identitas merek. Maskot adalah personifikasi dari merek dalam bentuk karakter tertentu dengan sifat dan karakteristik yang mewakili merek tersebut. Maskot yang efektif adalah yang mampu menggambarkan filosofi sebuah kota, visi dan misi, dan mampu menjadi bagian dari publik itu sendiri. Maskot juga dapat menjadi alat komunikasi dan media promosi yang efektif dalam konteks "awareness" dan "loyalitas" jangka pendek. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki maskot sebagai identitas unik mereka sendiri. Maskot juga digunakan untuk mengajarkan orang tentang kota atau daerah tersebut secara persuasif. Kehadiran maskot diharap mampu menjangkau publik dalam rangka membangun identitas lembaga yang kuat, yang dengan mudah menyentuh publik secara emosional dan memberi perasaan dekat dengan lembaga tersebut (Lauwrentius et al., 2015: 1).

Dalam penelitian sebelumnya oleh Rio Septian et al., 'Representasi Makna Pada Karakter "Si Delos" Dalam Maskot Pilkada Depok Tahun 2020'. Dijelaskan bahwa Maskot benar-benar mewakili atau merepresentasi sebuah brand yang artinya brand sebagai identitas perusahaan yang diwakilinya, bukan sekedar nama atau logo tetapi dengan adanya maskot membuat kegiatan tersebut menjadi lebih hidup. Menghidupkan suatu kegiatan (event) tidak hanya mengandalkan kecanggihan teknologi, hal terpenting adalah menyertakan unsur kearifan lokal yang dimiliki tiap daerah (Septian et al., 2021: 63). Sedangkan dalam penelitian ini ingin membahas lebih dalam terkait bagaimanakah pengaruh maskot jika diimplementasikan sebagai media komunikasi publik oleh sebuah organisasi atau perusahaan seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kediri.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kediri merilis maskot baru yang disebut "Si Nara Singa" sebagai bagian dari pemilihan umum kepala daerah Kabupaten Kediri tahun 2024. Maskot ini adalah simbol kampanye dan alat komunikasi publik yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemilih. Komunikasi publik adalah aspek krusial dalam penyelenggaraan pemilu, terutama bagi lembaga pemerintah seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU). Komunikasi publik merujuk pada proses penyampaian informasi dari lembaga pemerintah kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengedukasi, menginformasikan, dan membangun kepercayaan. Dalam konteks KPU ini mencakup penyampaian informasi terkait pemilu, prosedur pemungutan suara, serta hasil pemilu (Indrasanjaya, 2024).

Pada akhirnya kearifan lokal yang diangkat dalam maskot Pilkada Kabupaten Kediri tahun 2024 adalah penamaan "Si Nara Singa" yang terinspirasi pada masa kejayaan Kerajaan Kediri di bawah kepemimpinan Raja Jayabaya. Maskot ini diluncurkan pada 28 Juni 2024, bersamaan dengan jingle Pilkada. Tujuan peluncurannya adalah untuk mendorong orang untuk bersatu dan menyebarkan pesan penting tentang pilihan raya yang adil dan jujur (Kediri, 2024).

Salah satu cara terbaik untuk memperbaiki nama perusahaan adalah dengan membuat maskot, karena maskot mampu menjangkau emosi publik dan akan lebih mudah diingat oleh publik. Maskot memiliki kemampuan untuk meningkatkan daya tarik masyarakat dan daya kenal perusahaan. Oleh sebab itu penelitian ini akan mengeksplorasi terkait maskot "Si Nara Singa" sebagai media komunikasi publik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kediri.

Penelitian dengan judul Maskot 'Si Nara Singa' sebagai Media Komunikasi Publik dan Strategi Dakwah Kultural KPU Kabupaten Kediri dalam Perspektif Studi Media Islam merupakan penelitian kualitatif fenomenologi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini perlu pemahaman fenomena sosial dan komunikasi yang terjadi di masyarakat terkait dengan maskot. Oleh karena itu diperlukan penguasaan teori yang baik agar dapat melakukan observasi dan analisis data secara objektif (Setya Putri Erdiana & Dhika Yuan Yurisma, 2022 : 112). Untuk tahapan penelitian ialah dengan melakukan observasi yaitu melakukan observasi langsung terhadap masyarakat dan interaksi mereka dengan maskot. Kemudian wawancara yaitu melakukan wawancara dengan berbagai pihak, seperti anggota Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kediri serta masyarakat sekitar wilayah Kabupaten Kediri. Yang terakhir ialah analisis data yaitu menggunakan teknik analisis seperti mind mapping untuk mengorganisasi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara.

Data baru untuk penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara, baik wawancara mendalam maupun wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini serta data sekunder berasal dari dokumen atau sumber pustaka yang relevan dengan penelitian ini. Pertanyaan dan pewawancara informan atau narasumber adalah komponen utama wawancara ini. Orang yang memberikan informasi tentang situasi dan keadaan latar penelitian disebut informan. Penulis meminta informasi dan data dari komisioner KPU Kabupaten Kediri, Eka Setiawan sebagai komisioner divisi SDM (Sumber Daya Manusia) dan Partisipasi masyarakat, dan staf pelaksana divisi penyelenggara pemilu partisipasi dan hubungan masyarakat yaitu Bapak Panji Dwi Hardian. Informan penting ini diperlukan untuk mendapatkan data yang akurat. Analisis kualitatif akan digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh, termasuk observasi, hasil wawancara, dan dokumen tertulis. Creswell mengatakan bahwa ada lima

jenis penelitian kualitatif: biografi, fenomenologi, ethnografi, studi kasus, dan grounded theory. Selanjutnya, informasi yang telah dikumpulkan akan diperiksa oleh selanjutnya peneliti akan menyelidiki data yang telah mereka peroleh, termasuk data yang diperoleh dari wawancara, penelitian buku, dokumen, atau observasi. Kemudian, data tersebut akan dikategorikan sesuai dengan kebutuhan penelitian dan kemudian dianalisis secara logika sosial.

Teori representasi Stuart Hall menjelaskan bagaimana makna dibentuk dan dipertukarkan melalui bahasa dalam konteks budaya, menekankan bahwa representasi bukanlah proses yang netral, melainkan dipengaruhi oleh ideologi dan konteks sosial. Dalam penelitian mengenai maskot "Si Nara Singa" sebagai media komunikasi publik KPU Kabupaten Kediri, teori ini relevan karena maskot tersebut tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan penting terkait pemilihan umum. Si Nara, bersama dengan Si Jali, diarak ke seluruh penjuru Kabupaten Kediri untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pilkada 2024, menciptakan interaksi antara konsep pemilihan dan budaya lokal. Dengan demikian, maskot ini menjadi representasi yang menggabungkan elemen budaya dan komunikasi politik, sejalan dengan pandangan Hall bahwa representasi membentuk cara kita memahami dan berinteraksi dengan realitas sosial di sekitar kita. Strategi Dakwah Kultural KPU Kabupaten Kediri dalam Perspektif Studi Media Islam menyampaikan nilai-nilai demokrasi dan kesadaran politik dengan pendekatan yang tidak konfrontatif, melainkan dialogis dan visual. Hal ini sejalan dengan metode dakwah bil-ḥāl (melalui aksi) atau dakwah bil-ḥikmah (melalui kearifan lokal).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Pada tahap reduksi data, peneliti menyaring dan mengelompokkan data hasil observasi, dokumentasi visual (seperti arak-arakan Si Nara), unggahan media sosial KPU, serta wawancara dengan pihak terkait. Data diklasifikasikan berdasarkan tema-tema seperti representasi simbolik maskot, pesan komunikasi publik, pendekatan dakwah kultural, dan respons masyarakat. Tahap ini bertujuan menyederhanakan data agar fokus pada jawaban terhadap rumusan masalah penelitian.

Selanjutnya, pada tahap penyajian data, informasi yang telah direduksi disusun dalam bentuk narasi tematik dan tabel kategorisasi untuk memudahkan interpretasi. Temuan awal kemudian dianalisis untuk ditarik kesimpulan sementara, seperti bagaimana Si Nara Singa tidak hanya berfungsi sebagai maskot, tetapi juga sebagai media representasi nilai demokrasi dan dakwah kultural berbasis budaya lokal. Proses verifikasi dilakukan melalui triangulasi data guna menjamin validitas temuan. Teknik analisis ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna representasi secara mendalam serta menemukan ide baru tentang perpaduan komunikasi politik dan nilai-nilai Islami dalam ruang publik.

Hasil dan Pembahasan

Maskot "Si Nara Singa" Sebagai Media Komunikasi Publik dan Dakwah Kultural

Pada tahun 2008, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Indonesia meluncurkan maskot pertamanya dalam rangka menyambut Pemilihan Umum tahun 2009. Maskot ini diperkenalkan sebagai simbol upaya KPU untuk lebih mendekatkan diri dengan masyarakat khususnya generasi muda, sekaligus meningkatkan partisipasi pemilih dalam pesta demokrasi Indonesia.

Perancangan maskot untuk Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Kediri tahun 2024 terinspirasi oleh masa kejayaan Kerajaan Kediri di bawah Raja Jayabaya. Masa kejayaan ini ditandai dengan rencana yang panjang, yaitu Cri Maharaja Sang Mapanji Jayabhaya Cri Warmecwara Madhusudanawataranandita Sukktsingha Parakrama Digjayotunggadewanama. Rencana ini menggambarkan salah satu bentuk Dewa Wisnu, yaitu Narasimha Avatara, yang memiliki wujud manusia dengan kepala singa.

Salah satu kerajaan besar di Nusantara adalah Kerajaan Kediri. Masa kejayaan terbesarnya adalah di bawah pemerintahan Raja Jayabaya, yang juga dianggap sebagai raja besar di Tanah Jawa. Dengan mengalahkan kerajaan Jenggala dan menyatukan Kediri, Kerajaan Panjalu atau Kediri berhasil mengambil seluruh kekuasaan Airlangga di bawah pemerintahannya. Kerajaannya juga sangat makmur, bahkan mencakup Pulau Jawa, sebagian Sumatra, Kalimantan, dan Kerajaan Ternate.

Setiap kerajaan di Nusantara memiliki lencana atau lambang yang berfungsi sebagai representasi kekuasaan mereka. Lencana Cri Maharaja Sang Mapanji Jayabhaya Cri Warmecwara Madhusudanawataranandita Sukktsingha Parakrama Digjayotunggadewanama digunakan selama pemerintahan Raja Jayabaya. Tandannya digambarkan sebagai Narasimha Avatara, avatara Dewa Wisnu. Prasasti Hantang (1057 Caka/1135 M), yang ditemukan di Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang. Narasimha Awatara Avatara adalah penjelmaan manusia Dewa Wisnu dengan kepala singa. Dia muncul sebagai Narasimha untuk membantu Prahlada memerangi Hiranyakasipu, raja raksasa yang kejam.

Keberhasilan dan kemakmuran Kerajaan Kediri di bawah Raja Jayabaya menjadi landasan untuk tema pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kediri tahun 2024, yang bertajuk “Pilkada Jujur, Kediri Makmur.” “Si Nara Singa” di jadikan nama pada maskot manusia berkepala singa (Narasimha Avatara) yang diambil dari lencana Raja Jayabaya “Narasimha Avatara” yang di singkat. Sedangkan kostum yang di gunakan itu dari pakaian Wdihan Kadiri Mapanji yang merupakan salah satu pakaian adat dari Kediri. dengan menggunakan mahkota menjadi tanda kejayaan kerajaan Kediri dibawah kekuasaan Raja Jayabaya.

Tabel 1. Analisis Detail Maskot Si Nara Singa

Gambar Maskot	Detail Maskot	Keterangan
 <i>Gambar 1.1</i>	Pose Maskot	Pose kuda-kuda samping menunjukkan sikap kewaspadaan dan keseimbangan dalam berbagai situasi. Ini mencerminkan komitmen KPU untuk menciptakan Pilkada yang baik dan sukses. Tanda jari ungu dan penggunaan alat coblos merupakan ajakan bagi masyarakat untuk menyalurkan hak pilihnya.
 <i>Gambar 1.2</i>	Mahkota Kepala	Memberikan makna tentang kejayaan, terinspirasi dari kisah Raja Jayabaya yang berhasil membawa kejayaan dan kemakmuran bagi Kerajaan Kediri. Mahkota di sini menjadi simbol dan harapan agar kejayaan serta kemakmuran Kabupaten Kediri dapat terwujud melalui Pilkada 2024.
	Pakaian	Pakaian yang digunakan adalah Wdihan Kadiri Mapanji, yang merupakan salah satu pakaian khas Kediri. Penggunaan baju ini membuat maskot lebih erat dengan nuansa dan budaya Kediri. Atasan berupa rompi merah tua dipadukan dengan baju lengan panjang berwarna putih tulang, serta

Gambar Maskot	Detail Maskot	Keterangan
Gambar 1.3 	Keris warangka kediren	bawahan kain Asinjang Gringsing Dahanapura yang juga khas Kediri. Penggunaan keris di pinggang melambangkan kekuasaan seorang raja. Selain itu, keris juga menjadi simbol persatuan yang mencerminkan harapan akan persatuan dan kejayaan Kabupaten Kediri melalui Pilkada 2024. Warangka keris Kediren dalam pakaian adat Kediri merupakan bagian dari atribut pakaian Wdihan Kadiri Mapanji.

Detail Warna

Warna memiliki peran penting dalam estetika, karena melalui warna kita dapat dengan jelas membedakan keindahan suatu objek. Warna dapat didefinisikan secara subjektif dari sudut pandang psikologis, berdasarkan pengalaman langsung dari indera penglihatan kita, serta secara objektif sebagai sifat cahaya yang dipancarkan (Meilani, 2013b).

Penggunaan sistem warna pada maskot mencerminkan identitas Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara Pilkada 2024. Warna-warna ini dirancang agar netral dan tidak mengidentifikasi warna branding peserta Pilkada. Sistem warna yang kami pilih untuk maskot adalah Retro, yang memberikan kesan klasik dan kaya akan nilai sejarah serta budaya. Berikut adalah sistem warna yang kami gunakan pada maskot (Meilani, 2013: 326).

Tabel 2. Analisis Detail Warna Maskot Si Nara Singa

Detail Warna	Jenis Warna	Keterangan
Gambar 1.5 	Warna Emas	Warna emas melambangkan kesuksesan, kejayaan, dan kemakmuran. Sebagai simbol harapan, warna ini diharapkan dapat membawa Pilkada Kediri 2024 menuju keberhasilan dan memberikan kejayaan serta kemakmuran bagi Kabupaten Kediri.
Gambar 1.6 	Warna Tan	Warna memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi perasaan orang yang melihatnya. Warna tan dihubungkan dengan kenyamanan dan stabilitas, serta memberikan kesan tentang sejarah dan kehidupan.
Gambar 1.7 	Warna Merah Maroon	Warna merah maroon memiliki makna keberanian, kekuatan, dan energi. Warna ini dapat membangkitkan energi dan keberanian penyelenggara dalam menciptakan Pilkada yang Jujur dan Adil.

Detail Warna	Jenis Warna	Keterangan
	Warna Coklat	Warna coklat sering diasosiasikan dengan tanah, mencerminkan konsep keberlanjutan dan ketahanan. Cokelat melambangkan kekuatan yang alami dan tahan lama, serta mengandung makna kedamaian.

Gambar 1.8

Kehadiran keris dalam visual maskot Si Nara yang digunakan oleh KPU Kabupaten Kediri bukan sekadar ornamen budaya, melainkan simbol yang kaya makna dalam konteks komunikasi politik berbasis kearifan lokal. Dalam tradisi Jawa, keris melambangkan keberanian, kebijaksanaan, dan kehormatan, yang merupakan nilai-nilai penting dalam kehidupan sosial masyarakat (Kuntadi, 2019: 49). Dengan memasukkan keris ke dalam atribut maskot, KPU menghadirkan representasi nilai-nilai tersebut dalam konteks pemilu, menyampaikan bahwa proses demokrasi harus dilandasi etika, kejujuran, dan keberanian moral. Hal ini sejalan dengan prinsip dakwah dalam Islam yang menekankan amar ma'ruf nahi munkar serta penyampaian pesan dengan kelembutan dan kebijaksanaan (dakwah bil-hikmah) (Anwar, 2015: 1).

Sebagai strategi dakwah kultural, keris dalam maskot Si Nara menjadi medium simbolik yang menyampaikan pesan secara halus namun kuat kepada masyarakat. Ketika maskot ini diarak dan ditampilkan dalam berbagai kegiatan sosialisasi, masyarakat tidak hanya disuguhkan ajakan rasional untuk memilih, tetapi juga disuguhkan simbol yang menyentuh dimensi emosional dan spiritual melalui budaya yang telah mereka pahami dan hormati. Hal ini mencerminkan pendekatan dakwah kontekstual, yakni metode menyampaikan pesan keagamaan atau moral melalui pendekatan budaya yang hidup di masyarakat. Dakwah kultural mampu menjembatani antara nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal agar pesan lebih mudah diterima dan diinternalisasi (Bungo, 2014: 209).

Maskot Sebagai Representasi Media Komunikasi Publik

Maskot adalah representasi visual yang biasanya terdiri dari karakter atau simbol yang digunakan oleh berbagai organisasi, acara, atau produk untuk memberikan identitas yang mudah dikenali dan menarik bagi publik. Maskot sering kali menunjukkan karakteristik unik dan keunggulan tajam yang mengurangi keinginan untuk diakui oleh entitas terbangkit lainnya. Maskot dapat berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan identitas visual dan meningkatkan persepsi publik terhadap merek atau organisasi. Hasil penggunaan maskot ini dapat meningkatkan pemahaman dan empati di antara audiens target, baik itu orang dewasa maupun anak-anak (Jannah et al., 2023: 235).

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan Eka Setiawan selaku perwakilan dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kediri menyampaikan pandangannya mengenai pentingnya maskot dalam membangun kedekatan institusi dengan masyarakat. Menurutnya, maskot bukan sekadar ornamen visual, melainkan memiliki peran penting sebagai alat komunikasi publik.

"Maskot itu bisa menjadi identifikasi utama atau tambahan dari suatu lembaga. Ia bisa menjadi wajah yang dikenali publik, terutama dalam konteks kampanye sosial atau edukasi seperti yang sering dilakukan KPU," (Wawancara Eka Setiawan, Oktober 2024).

Lebih lanjut, beliau menjelaskan bahwa maskot bersifat universal dan mampu menembus batasan usia maupun bahasa. Maskot itu unik karena dapat menjangkau siapa saja, dari anak-anak sampai orang tua. Dia seperti 'jembatan' yang membuat orang tertarik untuk berinteraksi. Wajahnya yang ekspresif, gerak tubuhnya yang lucu, itu semua menambah kehidupan dalam suasana, bahkan membawa kesan yang lebih nyata bagi publik.

Selain itu, Eka Setiawan menyatakan bahwa maskot biasanya menjadi daya tarik utama di berbagai kegiatan KPU. Hal ini sesuai dengan pernyataannya sebagai berikut:

"Banyak masyarakat, terutama anak-anak dan remaja, tertarik untuk berfoto dengan maskot. Hal ini menunjukkan bahwa maskot memiliki potensi besar untuk menarik perhatian dan menjadi ikon yang mudah diingat. Apalagi kalau maskotnya tampil dalam berbagai pose dan tema yang relevan" (Wawancara Eka Setiawan, Oktober 2024).

Terkait dengan pemanfaatan maskot dalam strategi branding lembaga, Eka menyampaikan bahwa maskot dapat ditemui tidak hanya secara langsung dalam bentuk patung atau karakter hidup, tetapi juga melalui media promosi seperti kaos, stiker, mug, poster, dan lain-lain. Penekanan bahwa maskot pada dasarnya adalah representasi dari nilai-nilai dan tujuan organisasi Berikut ini penjelasan informan:

"Ini jadi cara kami untuk terus mengenalkan karakter maskot secara luas. Dengan merchandise, orang akan semakin familiar, bahkan tanpa harus datang ke kantor KPU. Dia bukan cuma tokoh lucu, tapi simbol dari semangat dan pesan yang ingin kami sampaikan kepada masyarakat. Lewat maskot, pesan-pesan edukatif dan demokratis bisa lebih diterima dan diingat" (Wawancara Eka Setiawan, Oktober 2024).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bahwa maskot kartun yang digunakan sebagai simbol lembaga atau merek mampu menjadi pembeda dari para pesaing dan memperkuat identitas sebuah institusi di mata publik.

a. Mengembangkan Identitas Institusi

Maskot dapat membantu memberikan identitas visual yang khas pada sebuah fasilitas atau kelompok. Sebagai contoh, tujuan dari maskot ISI Padangpanjang, Si Kuaw, adalah untuk meningkatkan kesadaran publik akan institusi tersebut dengan menciptakan karakter yang mencolok secara visual dan bertahan lama. Untuk menjangkau audiens yang lebih luas, proses desain maskot ini meliputi penelitian, desain awal, dan aplikasi di beberapa media termasuk poster dan motion graphic (Ariesta, 2020: 104).

b. Meningkatkan Ikatan Emosional

Maskot memiliki kekuatan untuk menimbulkan perasaan yang kuat dari pemirsa. Tokoh yang ramah dan menghibur memiliki kekuatan untuk memperkuat ikatan antara komunitas dan institusi. Sebagai contoh, maskot dapat digunakan untuk menyampaikan ide instruksional secara lebih efektif kepada anak-anak dan orang tua, serta mendorong partisipasi orang tua dan siswa dalam acara-acara sekolah (Ali & Lucius, 2024: 1).

c. Instrumen Pemasaran yang Kuat

Maskot digunakan dalam periklanan sebagai sarana untuk menarik perhatian pada suatu produk dan meningkatkan kesadaran konsumen akan produk tersebut. Maskot dapat digunakan untuk menekankan pesan pada berbagai materi komunikasi visual, termasuk spanduk, poster, dan merchandise. Maskot yang dirancang dengan baik akan membantu publik mengenali dan mengingatnya (Jannah et al., 2023: 235).

d. Penggambaran Budaya dan Nilai-Nilai Daerah

Maskot juga dapat merepresentasikan budaya daerah. Salah satu ilustrasi dari hal ini adalah maskot Makassar Si Jago, yang mewakili karakter budaya kota tersebut. Masyarakat terus menggunakan Si Jago sebagai representasi keberanian dan budaya lokal yang khas, bahkan setelah adanya perubahan pada branding kota (Jannah et al., 2023: 235).

Media Komunikasi Publik KPU Kabupaten Kediri

Media komunikasi KPU Kabupaten Kediri melalui media sosial berfungsi seperti dua sisi mata pisau; di satu sisi ia memberikan manfaat jika digunakan dengan bijak, tetapi di sisi lain dapat berdampak negatif jika menyebarkan berita yang tidak benar atau *hoax* (Akbar, 2021: 73).

Komunikasi sangat penting karena merupakan aktivitas dasar bagi manusia. Melalui komunikasi, orang dapat berinteraksi satu sama lain, baik antar individu maupun dengan kelompok. Ini juga memainkan peran krusial dalam tatanan sosial di berbagai tempat, seperti rumah, tempat kerja, pasar, dan lainnya. Manusia tidak dapat menghindari proses komunikasi, karena kebutuhan untuk berkomunikasi merupakan bagian yang melekat dan vital bagi setiap orang. Jika seseorang mampu berkomunikasi dengan efektif, maka semua aktivitas yang dilakukan akan berjalan lancar, dan sebaliknya. Komunikasi Publik dalam ranah Pilkada merupakan salah satu upaya untuk menyampaikan pesan maupun informasi terbaru terkait Pilkada yang penting untuk diketahui penyelenggara, peserta, pemilih, tahapan dan juga membangun kesadaran Masyarakat terkait Pilkada dengan tujuan agar penyelenggaraan Pilkada dapat tercapai (Rahayu & Arifin, 2023: 1).

Komunikasi publik adalah proses penyampaian informasi yang bertujuan untuk mengedukasi dan membangun keterlibatan masyarakat. Dalam konteks Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Kediri, maskot “Si Nara Singa” berfungsi sebagai alat komunikasi yang inovatif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan kepala daerah. Hal ini sesuai penjelasan informan sebagai berikut:

”Maskot ini tidak hanya menjadi simbol, tetapi juga sarana untuk menyampaikan pesan-pesan penting tentang pemilihan kepada publik (Wawancara P. D. Hardian, Oktober 2024).

Maskot “Si Nara Singa” merupakan salah satu media komunikasi publik yang efektif. Dalam acara kirab yang diadakan di Kabupaten Kediri, Maskot “Si Nara Singa” berkeliling ke 26 kecamatan untuk mensosialisasikan pemilihan Gubernur dan Bupati Kediri. Kegiatan ini dikemas dalam bentuk pertunjukan seni dan acara interaktif, sehingga menarik perhatian masyarakat dan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam Pilkada (Madyan, 2024). Sedangkan untuk jenis media yang digunakan ialah sebagai berikut:

1. Maskot: Si Nara Singa dan Si Jali (maskot Pilgub Jatim) sebagai simbol yang mudah dikenali.
2. Acara Interaktif: kirab yang melibatkan pertunjukan seni, jalan sehat, dan konser musik.
3. Media Sosial: digunakan untuk menyebarkan informasi secara lebih luas dan cepat.

Untuk memaksimalkan jangkauan penyebaran informasi terkait Pilkada Serentak 2024, KPU Kabupaten Kediri memanfaatkan berbagai media komunikasi publiknya yang mensosialisasikan Maskot “Si Nara Singa”. Media sosial merupakan sebuah *platform online* yang memungkinkan penggunaanya untuk memudahkan memenuhi kebutuhan komunikasi mereka. Di sisi lain, ada pendapat yang menyatakan bahwa media sosial berfungsi sebagai sarana yang mendukung interaksi sosial (Yusuf et al., 2023: 5).



Gambar 1. Postingan Konten di Facebook tentang Maskot Pilkada KPU Kabupaten Kediri

a. Facebook

Facebook merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer dan banyak digunakan khususnya di daerah Kabupaten Kediri. Facebook digunakan untuk membagikan berita-berita terbaru, informasi terkait Pilkada dan acara KPU Kabupaten Kediri yang akan mendatang. KPU Kabupaten Kediri memiliki halaman resmi di Facebook yang berfungsi sebagai salah satu pusat informasi.

Untuk meningkatkan keterlibatan pengikut di Facebook, KPU Kabupaten Kediri menerapkan strategi yaitu membuat *hashtag* yang relevan untuk memudahkan masyarakat Kabupaten Kediri dalam mengikuti dan berpartisipasi pada Pilkada Serentak 2024. Facebook memainkan peran penting dalam strategi komunikasi publik KPU Kabupaten Kediri. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada, KPU dapat menjangkau masyarakat Kabupaten Kediri dengan lebih efektif, meningkatkan kesadaran mengenai Pilkada, dan mendorong partisipasi dalam memilih. Pengguna Facebook tidak hanya mempermudah penyampaian informasi, tetapi juga menciptakan interaksi yang lebih dekat antara KPU Kabupaten Kediri dengan masyarakat Kabupaten Kediri, sehingga dapat menciptakan suasana Pilkada yang lebih demokratis dan partisipatif.



Gambar 2. Komentar Netizen di Facebook

Salah satu postingan di Facebook mengenai maskot KPU Kabupaten Kediri memberikan dampak positif bagi pengguna di Facebook dan menciptakan interaksi yang lebih dekat lagi.



Gambar 3. Postingan Instagram tentang Maskot Pilkada KPU Kabupaten Kediri

b. Instagram

Instagram merupakan *platform* media sosial yang berfokus pada konten visual, menjadikan sangat efektif untuk menarik perhatian dari *audiens*. KPU Kabupaten Kediri memanfaatkan Instagram

untuk menyebarluaskan informasi terkait Pilkada dan meningkatkan partisipasi dari masyarakat Kabupaten Kediri. KPU Kabupaten Kediri memiliki akun resmi di Instagram sebagai sarana untuk berbagi informasi secara visual.

Instagram telah menjadi alat komunikasi yang sangat efektif bagi KPU Kabupaten Kediri dalam menjangkau dan melibatkan masyarakat. Dengan konten visual yang menarik dan startegi keterlibatan yang kreatif, KPU dapat meningkatkan kesadaran pemilih dan partisipasi dalam Pilkada.



Gambar 4. Komentar Netizen di Platform Instagram KPU Kabupaten Kediri

Banyak komentar yang memuji visual maskot Si Nara Singa. Mereka menilai bahwa desain maskot menarik dan membuatnya mudah untuk diingat, sehingga cukup efektif untuk menarik perhatian publik.

c. Twitter

Twitter merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunaanya berbagi informasi dengan cepat dan efisien melalui pesan singkat yang dikenal sebagai "tweet." Tweet terbatas pada 140 karakter dan dapat dilihat oleh pengikut.(Yusuf et al., 2023) KPU Kabupaten Kediri memiliki akun resmi di Twitter sebagai sarana untuk berbagi informasi terbaru terkait Pilkada Serentak 2024.



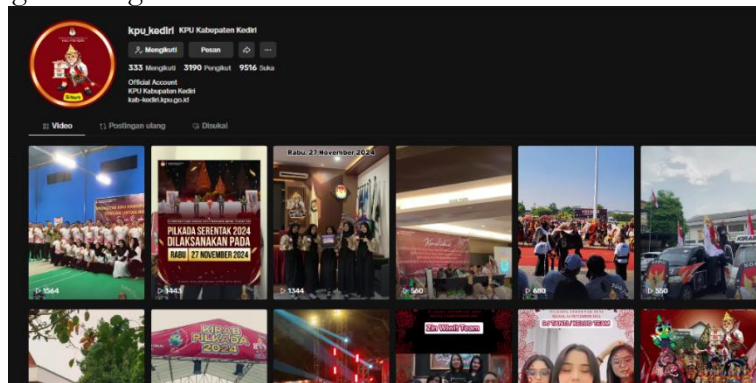
Gambar 5. Postingan Konten di Twitter tentang Maskot Pilkada KPU Kabupaten Kediri

Tweet ini dapat berisi teks, gambar, video, dan tautan. Twitter berperan sebagai alat komunikasi yang signifikan dalam berbagai konteks, seperti berita, politik, hiburan, dan interaksi sosial. Salah satu media yang digunakan komunikasi publik di KPU Kabupaten Kediri adalah Twitter. Dalam media tersebut berisi informasi terbaru dan terpercaya.

d. Tiktok

TikTok adalah *platform* media sosial yang semakin populer, terutama di kalangan generasi muda, berfokus pada konten video pendek yang kreatif dan menghibur. KPU Kabupaten Kediri memanfaatkan TikTok untuk menjangkau *audiens* yang lebih muda dan menyampaikan informasi

Pilkada dengan cara yang menarik dan interaktif. KPU Kabupaten Kediri telah membuat akun resmi di TikTok yang menjadi sarana untuk membagikan informasi mengenai Pilkada dengan pendekatan yang lebih segar dan kreatif.



Gambar 6. Postingan Konten di TikTok tentang Maskot Pilkada KPU Kabupaten Kediri

KPU Kabupaten Kediri menerapkan strategi untuk meningkatkan keterlibatan di TikTok yaitu menggunakan visual yang menarik dan gaya editing yang kreatif untuk memastikan konten tetap menarik perhatian *audiens*, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima masyarakat. TikTok telah menjadi alat yang efektif bagi KPU Kabupaten Kediri dalam menjangkau *audiens* muda dan menyampaikan informasi terkait Pilkada dengan cara yang kreatif dan menarik. Dengan menggunakan konten video pendek yang edukatif dan menghibur, KPU dapat meningkatkan kesadaran tentang Pilkada dan mendorong partisipasi masyarakat.



Gambar 7 Komentar Netizen di Tik Tok KPU Kabupaten Kediri

Salah satu video Tiktok yang menampilkan maskot Si Nara Singa memiliki respon yang positif, hal ini menunjukkan efektivitas dalam menjangkau *audiens* Tiktok.

Kirab Maskot KPU Kabupaten Kediri

Kegiatan kirab maskot merupakan kegiatan pendekatan KPU Kabupaten Kediri kepada masyarakat dengan memberikan edukasi yang mendalam. Kirab Maskot adalah kegiatan arak-arakan atau pawai yang melibatkan maskot sebagai simbol utama, dalam hal ini digunakan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap suatu acara, tema, atau kampanye tertentu. KPU Kabupaten Kediri menggelar Kirab Maskot menjadi salah satu strategi dalam memeriahkan Pilkada Serentak 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan maskot KPU Kabupaten Kediri "Si Nara Singa" dan mengedukasi masyarakat Kabupaten Kediri tentang pentingnya Pilkada melalui cara yang menarik, interaktif, dan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

Salah satu tujuan dari Kirab Maskot yaitu membuat masyarakat Kabupaten Kediri melihat kirab maskot secara langsung dan diharapkan lebih sadar dan tertarik terhadap Pilkada Serentak 2024. Penggunaan maskot “Si Nara Singa” yang lucu dan unik dapat memancing perhatian masyarakat Kabupaten Kediri.

Pertama kali adanya kirab maskot KPU dalam konteks Pilkada Serentak Tahun 2024 di Jawa Timur telah dimulai sejak September 2024. Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 sudah berlangsung di Alun-Alun Kabupaten Lumajang pada tanggal 3 September 2024. Namun, tentang waktu spesifik kirab maskot ini dimulai secara resmi di tingkat provinsi maka belum ada informasi pasti tentang tanggal awalnya. Artikel-artikel yang tersedia hanya menyebutkan bahwa kegiatan ini telah berlangsung di beberapa tempat sejak bulan September 2024.

Kirab Maskot memungkinkan adanya interaksi langsung dengan masyarakat Kabupaten Kediri, yang mana KPU dapat menjelaskan lebih rinci mengenai teknis Pilkada dan mengajak masyarakat untuk ikut serta. Kirab Maskot dilakukan di berbagai daerah-daerah di Kabupaten Kediri sehingga pesan Pilkada dapat sampai ke seluruh wilayah Kabupaten Kediri.

Wilayah ini terbagi dalam beberapa Koordinator Wilayah (Korwil), yang masing-masing mencakup beberapa kecamatan sebagai berikut:

- a. Korwil I meliputi Kecamatan Wates, Plosoklaten, Gurah, Pagu, Gampengrejo, dan Ngasem.
- b. Korwil II mencakup Kecamatan Kunjang, Purwoasri, Papar, Plemahan, dan Kayen Kidul.
- c. Korwil III terdiri dari Kecamatan Kandangan, Kepung, Puncu, Pare, dan Badas.
- d. Korwil IV mencakup Kecamatan Ngadiluwih, Kandat, Kras, Ringinrejo, dan Ngancar.
- e. Korwil V mencakup Kecamatan Tarokan, Grogol, Banyakan, Semen, dan Mojo.

Dengan adanya lima Korwil tersebut, wilayah ini secara keseluruhan mencakup 26 kecamatan yang saling terintegrasi untuk mencapai tujuan pembangunan daerah secara menyeluruh dan berkesinambungan.



Gambar 8. Dokumentasi Kegiatan Kirab Maskot

Representasi Maskot KPU Kabupaten Kediri dalam Perspektif Islam

Teori representasi secara umum adalah konsep yang membantu memahami bagaimana makna dan pemahaman tentang budaya terbentuk di dunia. Proses ini terjadi melalui simbol, gambar, atau tanda yang menciptakan, menyampaikan, dan menjaga makna serta pemahaman tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Stuart Hall, “*Representation connects meaning and language to culture*” (1997). Makna dari representasi ini bekerja melalui dua komponen utama: konsep dalam pikiran dan bahasa. (Ivana Grace Sofia Radja & Leo Riski Sunjaya, 2024). Keduanya saling berhubungan. Saat seseorang membentuk konsep pemikiran, penggunaan bahasa, simbol, dan gambar menjadi cara untuk mewakili arti yang diinginkan. Teori representasi juga menggarisbawahi peran media massa dalam membentuk dan memengaruhi representasi. Media memiliki kendali untuk menyeleksi, menyunting, serta menyampaikan cerita, visual, dan narasi yang menggambarkan realitas tertentu.

Namun, teori ini juga menekankan bahwa audiens akan menginterpretasikan representasi tersebut dengan cara yang kritis, menyadari berbagai asumsi dan elemen yang ada di dalamnya.

Analisis representasi maskot KPU Kabupaten Kediri, "Si Nara Singa," dapat dilakukan dengan menggunakan teori representasi Stuart Hall, yang menekankan bahwa makna dibentuk melalui interaksi antara konsep mental dan bahasa dalam konteks budaya tertentu (Andhika, 2024). Dalam konteks ini, "Si Nara" dan rekannya "Si Jali" tidak hanya berfungsi sebagai simbol pemilihan, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang menyampaikan pesan penting mengenai partisipasi dalam Pilkada. Kirab maskot yang diadakan di 26 kecamatan di Kabupaten Kediri menciptakan kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat secara langsung, menghubungkan elemen budaya lokal dengan proses demokrasi. Hal ini mencerminkan bagaimana representasi tidak hanya sekadar visual, tetapi juga merupakan medium untuk membangun kesadaran kolektif dan memperkuat identitas komunitas dalam konteks pemilihan umum. Dengan demikian, maskot ini berperan dalam mengkonstruksi makna tentang partisipasi politik dan persatuan di masyarakat, sejalan dengan pandangan Hall bahwa representasi adalah proses yang dipengaruhi oleh ideologi dan konteks sosial yang lebih luas.

Dari perspektif Islam, representasi maskot ini dapat ditafsirkan sebagai bagian dari dakwah kultural, yaitu pendekatan dakwah yang mengakomodasi budaya lokal sebagai media penyampaian nilai-nilai Islami, selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Elemen seperti keris dan singa, yang melambangkan keberanian, kebijaksanaan, dan kepemimpinan, selaras dengan nilai-nilai dalam Islam, khususnya dalam konteks amar ma'ruf nahi munkar serta pentingnya musyawarah (syura) dan keadilan (*'adl*) dalam kehidupan berbangsa dan bernegara (Qur'an, QS. Al-Syura: 38; QS. An-Nahl: 90).

Dalam Islam, simbol dan bahasa juga merupakan bagian dari ijtihad komunikasi, yakni bagaimana nilai-nilai keadilan, keterbukaan, tanggung jawab sosial, dan etika disampaikan kepada umat melalui cara yang relevan dan kontekstual. Maskot "Si Nara" dapat menjadi representasi etis dan strategis dalam mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pemilu, sebagai wujud dari tanggung jawab sosial (*mas'uliyah ijtimaiyyah*) dalam Islam. Hal ini memperlihatkan bahwa representasi visual dalam ruang publik dapat berperan sebagai sarana dakwah, sejauh ia mengandung nilai edukatif, moral, dan memperkuat partisipasi dalam sistem yang adil.

Penutup

Komunikasi publik dalam ranah Pilkada merupakan instrumen strategis untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada penyelenggara, peserta, dan pemilih, sekaligus membangun kesadaran kolektif masyarakat mengenai pentingnya partisipasi dalam pemilihan. Dalam konteks ini, maskot "Si Nara Singa" berperan penting sebagai representasi komunikasi visual yang tidak hanya mendefinisikan identitas institusional KPU Kabupaten Kediri, tetapi juga meningkatkan keterlibatan emosional masyarakat melalui pendekatan budaya lokal. Melalui pemanfaatan saluran komunikasi publik seperti kirab maskot dan event kesenian tradisional, KPU Kabupaten Kediri mengadopsi strategi komunikasi yang lebih humanis dan interaktif. Teori representasi Stuart Hall menunjukkan bahwa maskot ini bekerja sebagai simbol yang memediasi konsep dan makna melalui bahasa visual dan budaya, sehingga mampu menyampaikan pesan-pesan demokrasi secara efektif. Dalam perspektif studi media Islam, strategi ini dapat dikategorikan sebagai dakwah kultural, di mana simbol-simbol lokal dijadikan sarana untuk menyampaikan nilai-nilai partisipatif, tanggung jawab sosial, dan keadilan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, kehadiran maskot "Si Nara Singa" tidak hanya menjadi bagian dari strategi kampanye yang komunikatif dan modern, tetapi juga mencerminkan komitmen KPU dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam melalui media budaya dalam proses demokratisasi di tingkat lokal.

Daftar Pustaka

- Akbar, S. (2021). Media Komunikasi Dalam Mendukung Penyebarluasan Informasi Penanggulangan Pandemi Covid-19. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 2(1), 73–82.
- Ali, D. Z., & Lucius, C. R. (2024). Desain Maskot untuk Media Komunikasi Visual pada TK Al-Khairiyah di Bekasi. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4).
- Andhika, D. (2024). *Kirab Maskot Pilkada Serentak Tahun 2024 Jawa Timur Tiba di Lumajang*. Portal Berita Lumajang. <https://portalberita.lumajangkab.go.id/main/baca/aXGOepRs>
- Andryanto, S. D. (2024). *Fenomena Pilkada Calon Tunggal Lawan Kotak Kosong, Sejak Kapan?* Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1908691/fenomena-pilkada-calon-tunggal-lawan-kotak-kosong-sejak-kapan>
- Anwar, M. (2015). Prinsip-Prinsip Dakwah Menurut Sayyid Quthub (Sebagai Pedoman Dai Untuk Keberhasilan Dakwah). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 16(1).
- Ariesta, O. (2020). Perancangan Maskot Isi Padangpanjang Sebagai Media Branding. *Jurnal Bahasa Rupa*, 3(2), 104–116. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v3i2.490>
- Bisri, A. Z. (2012). Partisipasi politik dalam keterbukaan informasi publik. *Politika*, 3(1), 5–6.
- Bungo, S. (2014). Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(2).
- Hardian, P. D. (2024, Oktober). *Wawancara dengan staf pelaksana divisi penyelenggara pemilu partisipasi dan hubungan masyarakat* [Personal communication].
- Indrasanjaya. (2024). *KPU, Sirekap, dan Komunikasi Publik*. Detik News. <https://news.detik.com/kolom/d-7216380/kpu-sirekap-dan-komunikasi-publik>
- Ivana Grace Sofia Radja, & Leo Riski Sunjaya. (2024). Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 13–20. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.160>
- Jannah, M., Saidi, A. I., & Jasjif, E. F. (2023). *Analisis Semiotika Visual Desain Maskot Kota Makassar*. 6.
- Kediri, Kab. (2024). *Launching “Si Nara” Maskot Pilkada Kabupaten Kediri 2024*. Surabaya Newsworld.
- Khoirunnisa. (2024). *Kotak kosong dalam Pilkada 2024 terbanyak dalam sejarah – Bagaimana jika kotak kosong yang menang?* BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c5y5v40v2nmo>
- Kuntadi, K. (2019). Eksistensi Keris Jawa Dalam Kajian Budaya. *Texture: Art and Culture Journal*, 2(1), 49–60. <https://doi.org/10.33153/texture.v2i1.2630>
- Lauwrentius, S., Fianto, A. Y. A., & Yosep, S. P. (2015). Penciptaan City Branding Melalui Maskot Sebagai Upaya Mempromosika Kabupaten Lumajang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(2), 1–10.
- Madyan, M. A. (2024). *Si Jali dan Si Nara Singa di Kirab KPU Kabupaten Kediri, Bakal Sambangi 26 Kecamatan*. Wartatransparansi. <https://www.wartatransparansi.com/2024/09/25/si-jali-dan-si-nara-singa-di-kirab-kpu-kabupaten-kediri-bakal-sambangi-26-kecamatan.html>
- Maslahah, S. A., Arifianto, P. F., Sn, S., & Sn, M. (n.d.). *Dalam Perancangan Maskot Sebagai Identitas Visual Pt Colar Creativ Industri (Living)*. 53–68.
- Meilani. (2013a). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna Dalam Berbusan. *Humaniora*, 4(1). <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3443>
- Meilani, M. (2013b). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3443>
- Rahayu, Z. R., & Arifin, I. (2023). Persepsi Masyarakat Kota Solok Melalui Komunikasi Publik: Upaya Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Tahun 2024. *Puan Indonesia*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.37296/jpi.v5i1.141>
- Rambe, A. P., Zulkarnain, I., & Ridho, H. (2023). Strategi Komisi Pemilihan Umum Labuhan Batu dalam Daerah Labuhan Batu 2020 Melalui Media Sosial The Strategy of the Labuhan Batu

- General Election Commission in Increasing Voter Participation in the 2020 Labuhan Batu Regional Head Election Through Social M. *Perspektif*, 12(2), 698–711.
- Septian, R., Poernomo, M., Lusianawati, H., & Haikal, A. (2021). Representasi Makna Pada Karakter “Si Delos” Dalam Maskot Pilkada Depok Tahun 2020 (Analisis Teori Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Media Penyiaran*, 1(2), 63–72. <https://doi.org/10.31294/jmp.v1i2.699>
- Setiawan, E. (2024, Oktober). *Komisioner devisi SDM (Sumber Daya Manusia)* [Personal communication].
- Setya Putri Erdiana, & Dhika Yuan Yurisma. (2022). Karakter Maskot Sebagai Alat Pendukung City Branding Berbasis Budaya Kota: Studi Kasus Kota Ponorogo. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 7(2), 112–122. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v7i2.585>
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2, 1–8.