

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DESAIN  
BALIHO KAMPANYE POLITIK STUDI KASUS  
KARAKTER VISUAL *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*  
PASANGAN CAPRES PRABOWO-GIBRAN DALAM  
PILPRES 2024**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S-1)  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Jurusan Desain



**OLEH**

**LAILA MAULIDA**

**NIM. 211511038**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN**

**INSTITUT SENI INDONESIA**

**SURAKARTA**

**2025**

**PENGESAHAN**  
**TUGAS AKHIR SKRIPSI**  
**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DESAIN BALIHO**  
**KAMPANYE POLITIK STUDI KASUS KARAKTER VISUAL**  
***ARTIFICIAL INTELLIGENCE* PASANGAN CAPRES PRABOWO-**  
**GIBRAN DALAM PILPRES 2024**

Oleh

LAILA MAULIDA

NIM 211511038

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim penguji

Pada tanggal 21 Februari 2025

Tim Penguji

|               |                                            |       |
|---------------|--------------------------------------------|-------|
| Ketua Penguji | : Dr. Anung Rachman, S.T, M.Kom.           | ..... |
| Penguji Utama | : Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn, M.Ds. | ..... |
| Pembimbing    | : Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.          | ..... |

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Desain (S.Ds) pada Institut Seni Indonesia Surakarta.

Surakarta, 04 Maret 2025

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

**Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.**

NIP. 197705312005012002

## **PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Laila Maulida

NIM: 211511038

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul:

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DESAIN BALIHO  
KAMPANYE POLITIK STUDI KASUS KARAKTER VISUAL  
ARTIFICIAL INTELLIGENCE PASANGAN CAPRES PRABOWO-  
GIBRAN DALAM PILPRES 2024**

Merupakan karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir saya dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya.

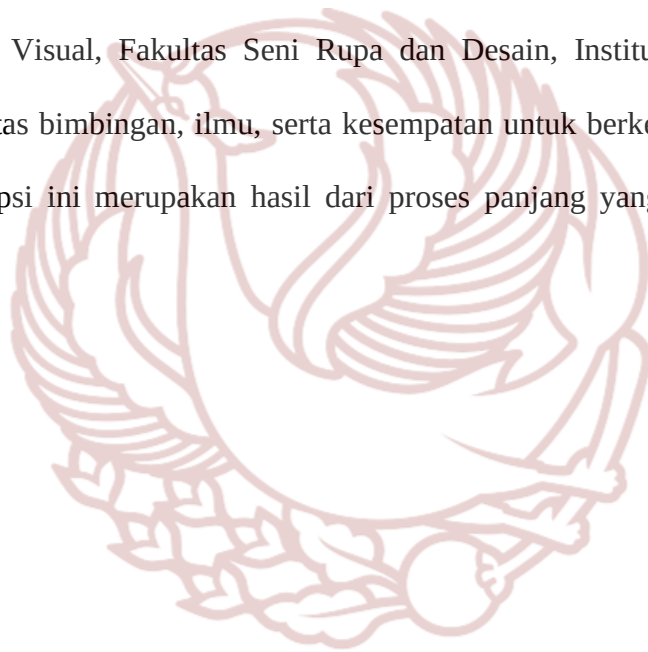
Surakarta, 04 Maret 2025

Yang menyatakan,

Laila Maulida

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk diri sendiri, sebagai bentuk penghargaan atas usaha dan ketekunan dalam menyelesaikan setiap tantangan dalam perjalanan akademik. Untuk orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa tanpa henti. Juga untuk teman-teman yang selalu mendampingi, memberikan dukungan moral, serta berbagi pengalaman dan pengetahuan sepanjang proses perkuliahan. Serta kepada seluruh dosen dan staf prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, atas bimbingan, ilmu, serta kesempatan untuk berkembang di bidang desain. Skripsi ini merupakan hasil dari proses panjang yang dilalui bersama mereka.



## MOTTO

*“The future belongs to those who believe in the beauty of their dreams.”*

– Eleanor Roosevelt

*"The journey of a thousand miles begins with one step."*

– Lao Tzu



## ABSTRAK

Penelitian ini membahas karakter visual pasangan calon presiden Prabowo-Gibran dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024, khususnya terkait persepsi visual masyarakat terhadap desain baliho kampanye politik yang menggunakan teknologi kecerdasan buatan/*Artificial Intelligence*. Dengan berkembangnya teknologi *Generative AI* dalam dunia desain komunikasi visual, kampanye politik mulai mengadopsi strategi inovatif guna meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan politik yang disampaikan kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah *mixed methods*, yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada masyarakat untuk menganalisis karakter visual desain baliho kampanye yang tersebar di Jakarta, Malang, Yogyakarta, dan Semarang. Analisis resepsi digunakan untuk memahami bagaimana publik menafsirkan dan menanggapi visual yang ditampilkan dalam kampanye tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Artificial Intelligence (AI)* dalam desain karakter visual kampanye politik memiliki daya tarik yang signifikan, terutama bagi kalangan pemilih muda. Namun, terdapat kekhawatiran terkait dampak yang ditimbulkan dari teknologi *Artificial Intelligence (AI)* tersebut. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa keseimbangan antara kreativitas manusia dan teknologi menjadi faktor penting dalam menjaga kredibilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap kampanye politik berteknologi *AI*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai peran teknologi *Artificial Intelligence (AI)* dalam kampanye politik serta implikasinya terhadap desain visual kampanye di masa depan.

**Kata kunci** : *Artificial Intelligence, Kampanye Politik, Karakter Visual, Persepsi Visual Masyarakat, Prabowo-Gibran*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Persepsi Masyarakat Terhadap Desain Baliho Kampanye Politik Studi Kasus Karakter Visual *Artificial Intelligence* Pasangan Capres Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024” dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini, banyak dukungan, motivasi, dan bantuan yang sangat berarti. Oleh karena itu, terima kasih sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Keluarga, khususnya orang tua, Ayah Badaruddin dan Ibu Latifah, yang selalu memberikan doa serta dukungan, baik dalam bentuk materiil maupun non-materiil. Serta adik-adik Zyan, Ijui, Ifa, dan Arif, yang kehadirannya memberi semangat dan motivasi. Dukungan keluarga sangat berarti dalam setiap langkah perjalanan akademik.
3. Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan, saran, serta arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
4. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang selalu memberikan arahan yang sangat berarti selama perkuliahan.

5. Rendya Adi Kurniawan, S.Sn., M.Sn., selaku Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual, FSRD ISI Surakarta, yang telah memberikan arahan dan dukungan yang sangat berharga selama proses akademik.
6. Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn., M.Ds., Hening Laksani, M.Pd., dan Isnawati Muslihah, S.Kom., M.Cs., selaku dosen pengampu mata kuliah Metode Pengkajian dan Seminar DKV, yang telah membantu memberikan panduan serta saran dalam pembuatan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, yang telah memberikan ilmu, arahan, dan bimbingan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta kebersamaan yang sangat berarti selama perkuliahan berlangsung, khususnya Annis, Nida, Esti, Rachel, dan Sekar, yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan dalam setiap tahap perjalanan masa perkuliahan.
9. Teman-teman yang walau jarang bertemu tetapi selalu memberikan dukungan, yaitu Puput, Jijah, dan Ema, yang tetap menyemangati dan menemani dalam berbagai cara. Kehadiran mereka menjadi energi positif yang sangat disyukuri.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusi positif dalam setiap proses pengerjaan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.



## DAFTAR ISI

|                            |      |
|----------------------------|------|
| PENGESAHAN .....           | iii  |
| PERNYATAAN.....            | iv   |
| PERSEMBAHAN .....          | v    |
| MOTTO .....                | vi   |
| ABSTRAK .....              | vii  |
| KATA PENGANTAR .....       | viii |
| DAFTAR ISI .....           | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....        | xiv  |
| DAFTAR TABEL .....         | xv   |
| DAFTAR BAGAN .....         | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN.....     | 1    |
| A. Latar Belakang .....    | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....   | 8    |
| C. Tujuan Penelitian.....  | 8    |
| D. Manfaat Penelitian..... | 9    |
| 1. Manfaat Teoritis.....   | 9    |
| 2. Manfaat Praktis .....   | 9    |
| E. Tinjauan Pustaka .....  | 10   |
| F. Landasan Teori .....    | 15   |

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Pemilihan Presiden (Pilpres) di Indonesia .....                           | 16 |
| 2. Kampanye Politik dengan Media Massa .....                                 | 18 |
| 3. Baliho sebagai Media Promosi Politik.....                                 | 19 |
| 4. <i>Artificial Intelligence Image Generative</i> .....                     | 21 |
| 5. Persepsi Visual Masyarakat.....                                           | 24 |
| 6. Karakteristik Demografis.....                                             | 25 |
| G. Metode Penelitian.....                                                    | 27 |
| 1. Subjek Penelitian .....                                                   | 29 |
| 2. Jenis Sumber Data .....                                                   | 31 |
| 3. Teknik Pengumpulan Data.....                                              | 33 |
| 4. Analisis Data.....                                                        | 36 |
| BAB II PAPARAN OBJEK PENELITIAN .....                                        | 45 |
| A. Identifikasi Data .....                                                   | 45 |
| B. Pasangan Calon Presiden Prabowo-Gibran.....                               | 47 |
| C. Desain Karakter Visual Prabowo-Gibran.....                                | 49 |
| D. Teknologi <i>Generative AI</i> dalam Karakter Visual Prabowo-Gibran ..... | 53 |
| E. Deskripsi Visual Desain Baliho Kampanye Politik Prabowo-Gibran.....       | 55 |
| 1. Baliho Kampanye Politik Paslon Prabowo-Gibran di Jakarta .....            | 55 |
| 2. Baliho Kampanye Politik Paslon Prabowo-Gibran di Malang .....             | 56 |
| 3. Baliho Kampanye Politik Paslon Prabowo-Gibran di Yogyakarta.....          | 58 |
| 4. Baliho Kampanye Politik Paslon Prabowo-Gibran di Semarang .....           | 59 |

|                                                                                                                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| BAB III ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....                                                                                                                                                      | 61  |
| A. Analisis Penelitian.....                                                                                                                                                                          | 61  |
| 1. Karakteristik Responden.....                                                                                                                                                                      | 62  |
| 2. Persepsi Visual Terhadap Desain Baliho Berteknologi <i>AI</i> .....                                                                                                                               | 69  |
| 3. Dampak Sosial dan Estetika Penggunaan <i>AI</i> dalam Kampanye Politik                                                                                                                            | 80  |
| 4. Persepsi Kesesuaian Karakter Visual Dengan Paslon.....                                                                                                                                            | 87  |
| 5. Perbandingan Desain Baliho Karakter <i>AI</i> di Jakarta, Malang, Yogyakarta,<br>dan Semarang.....                                                                                                | 92  |
| 6. Pengaruh Karakter Visual Dalam Menentukan Pilihan.....                                                                                                                                            | 99  |
| 7. Persepsi dan Dampak Penggunaan Teknologi <i>AI</i> dalam Karakter Visual<br>Kampanye Politik .....                                                                                                | 107 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian.....                                                                                                                                                                  | 145 |
| 1. Persepsi Visual Masyarakat Terhadap Karakter Visual Desain Baliho<br>yang Menggunakan Teknologi <i>AI</i> dalam Konteks Kampanye Politik pada<br>Pilpres 2024 Pasangan Calon Prabowo-Gibran ..... | 145 |
| 2. Dampak Penggunaan Teknologi <i>AI</i> dalam Karakter Visual Desain Baliho<br>Kampanye Politik Terhadap Masyarakat.....                                                                            | 153 |
| 3. Saran Penggunaan Teknologi <i>AI</i> dalam Desain Karakter Visual Baliho<br>Kampanye Politik di Masa Depan .....                                                                                  | 158 |
| BAB IV PENUTUP .....                                                                                                                                                                                 | 162 |
| A. Kesimpulan.....                                                                                                                                                                                   | 162 |

|                                                                                                                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Persepsi Visual Masyarakat Terhadap Karakter Visual Desain Baliho yang Menggunakan Teknologi <i>AI</i> dalam Konteks Kampanye Politik pada Pilpres 2024 Pasangan Calon Prabowo-Gibran..... | 162 |
| 2. Dampak Penggunaan Teknologi <i>AI</i> dalam Karakter Visual Desain Baliho Kampanye Politik Terhadap Masyarakat.....                                                                        | 164 |
| B. Saran.....                                                                                                                                                                                 | 167 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                                                                                          | 168 |
| LAMPIRAN.....                                                                                                                                                                                 | 177 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Karakter Visual Pasangan Capres-Cawapres Berbasis AI.....    | 3  |
| Gambar 2. Karakter Visual AI Prabowo-Gibran pada Kampanye Akbar ..... | 4  |
| Gambar 3. Potret Paslon Presiden Prabowo-Gibran .....                 | 48 |
| Gambar 4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....                     | 63 |
| Gambar 5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....             | 65 |
| Gambar 6. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....       | 66 |
| Gambar 7. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                 | 67 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Rekapitulasi Tinjauan Pustaka .....                              | 14 |
| Tabel 2. Subjek Penelitian.....                                           | 31 |
| Tabel 3. Karakter Visual Prabowo-Gibran .....                             | 50 |
| Tabel 4. Baliho Kampanye Politik Paslon Prabowo-Gibran di Jakarta .....   | 56 |
| Tabel 5. Baliho Kampanye Politik Paslon Prabowo-Gibran di Malang .....    | 57 |
| Tabel 6. Baliho Kampanye Politik Paslon Prabowo-Gibran di Yogyakarta..... | 59 |
| Tabel 7. Baliho Kampanye Politik Paslon Prabowo-Gibran di Semarang.....   | 60 |
| Tabel 8. Hasil Sebaran Kuesioner No. 1 .....                              | 69 |
| Tabel 9. Hasil Sebaran Kuesioner No. 2 .....                              | 71 |
| Tabel 10. Hasil Sebaran Kuesioner No. 3 .....                             | 72 |
| Tabel 11. Hasil Sebaran Kuesioner No. 4 .....                             | 74 |
| Tabel 12. Hasil Sebaran Kuesioner No. 5 .....                             | 75 |
| Tabel 13. Hasil Sebaran Kuesioner No. 6 .....                             | 77 |
| Tabel 14. Hasil Sebaran Kuesioner No. 7 .....                             | 78 |
| Tabel 15. Hasil Sebaran Kuesioner No. 8 .....                             | 81 |
| Tabel 16. Hasil Sebaran Kuesioner No. 9 .....                             | 83 |
| Tabel 17. Hasil Sebaran Kuesioner No. 10 .....                            | 84 |
| Tabel 18. Hasil Sebaran Kuesioner No. 11 .....                            | 86 |
| Tabel 19. Hasil Sebaran Kuesioner No. 12 .....                            | 88 |
| Tabel 20. Hasil Sebaran Kuesioner No. 13 .....                            | 90 |
| Tabel 21. Hasil Sebaran Kuesioner No. 14 .....                            | 91 |
| Tabel 22. Hasil Sebaran Kuesioner No. 15 .....                            | 93 |

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 23. Hasil Sebaran Kuesioner No. 16 .....                                                                           | 95  |
| Tabel 24. Hasil Sebaran Kuesioner No. 17 .....                                                                           | 96  |
| Tabel 25. Hasil Sebaran Kuesioner No. 18 .....                                                                           | 98  |
| Tabel 26. Hasil Sebaran Kuesioner No. 19 .....                                                                           | 100 |
| Tabel 27. Hasil Sebaran Kuesioner No. 20 .....                                                                           | 103 |
| Tabel 28. Hasil Sebaran Kuesioner No. 21 .....                                                                           | 104 |
| Tabel 29. Hasil Sebaran Kuesioner No. 22 .....                                                                           | 108 |
| Tabel 30. Sampel 25 Jawaban Hasil Sebaran Kuesioner No. 23 .....                                                         | 110 |
| Tabel 31. Hasil Sebaran Kuesioner No. 24 .....                                                                           | 119 |
| Tabel 32. Sampel 25 Jawaban Hasil Sebaran Kuesioner No. 25 .....                                                         | 121 |
| Tabel 33. Hasil Sebaran Kuesioner No. 26 .....                                                                           | 129 |
| Tabel 34. Hasil Sebaran Kuesioner No. 27 .....                                                                           | 130 |
| Tabel 35. Hasil Sebaran Kuesioner No. 28 .....                                                                           | 132 |
| Tabel 36. Sampel 25 Jawaban Hasil Sebaran Kuesioner No. 29 .....                                                         | 134 |
| Tabel 37. Sampel 25 Jawaban Hasil Sebaran Kuesioner No. 30 .....                                                         | 139 |
| Tabel 38. Pertanyaan Persepsi Visual terhadap Desain Baliho <i>AI</i> .....                                              | 178 |
| Tabel 39. Pertanyaan Dampak Sosial & Estetika Penggunaan <i>AI</i> .....                                                 | 180 |
| Tabel 40. Pertanyaan Persepsi terhadap Kesesuaian Karakter dengan Paslon .                                               | 180 |
| Tabel 41. Pertanyaan Perbandingan Desain Baliho Karakter <i>AI</i> di Jakarta, Malang,<br>Yogyakarta, dan Semarang ..... | 181 |
| Tabel 42. Pertanyaan Pengaruh Karakter Visual dalam Menentukan Pilihan ..                                                | 182 |
| Tabel 43. Pertanyaan Persepsi dan Dampak Penggunaan Teknologi <i>AI</i> Dalam<br>Karakter Visual Kampanye Politik .....  | 183 |

## DAFTAR BAGAN

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Bagan 1 Hasil Rekapitulasi Suara 4 Provinsi..... | 6  |
| Bagan 2 Analisis Data Model Interaktif.....      | 37 |
| Bagan 3 Hasil Rekapitulasi Suara 4 Kota .....    | 39 |
| Bagan 3 Alur Penelitian .....                    | 44 |





## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rijali. (2018). Analisis Data Kualitatif. *UIN Antasari*, 17(33).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Pincis*, volume 1.
- Arviollisa, P. A. D., Chan, A., & Nirmalasari, H. (2021). Pengaruh Artificial Intelligence Terhadap Customer Experience (Studi pada Pengguna Gojek Bandung, Jawa Barat). *AdBispreneur*, 6(2), 115.  
<https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i2.31076>
- Azhari, C. D. S., Afif, Z., & Kustati, M. (2023). Penelitian Mixed Method Research Untuk Disertasi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 8010–8025. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1339>
- Bahari, J. (2024). Peran AI dalam Perancangan Board Game. *Seminar Nasional IKJ*, 2, 43–50. <https://doi.org/10.52969/seminarikj.v2i.55>
- Bonda, S., Loso, J., Apriyanto, Lukman, Migunani, Najirah, U., Sepriano, Khairunnisa, & Dia Cahya, W. (2024). *Generative Artificial Intelligence (GenAI) Pengetahuan dasar GenAI beserta penerapannya* (R. Erfina, Ed.). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Creswell, & John W. (2015). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson Education.
- Daniar, A. (2020). Kajian Visual Karakter Desain Webtoon Be A Poem. *DESKOVI : Art and Design Journal*, 3(2), 122–125.  
<https://doi.org/10.51804/deskovi.v3i2.807>
- Emzir. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif: analisis data*. Jakarta : Rajawali Pers.  
[https://books.google.co.id/books/about/Analisis\\_Data\\_Metode\\_Penelitian\\_Kualitat.html?id=P-C8nQAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Analisis_Data_Metode_Penelitian_Kualitat.html?id=P-C8nQAACAAJ&redir_esc=y)
- Eymeren, M. M. Van. (2002). Memahami Persepsi Visual: Sumbangan Psikologi Kognitif Dalam Seni dan Desain. *Jurnal Komunikasi Visual* 7(2):47-63 <https://doi.org/10.31937/ultimart.v7i2.387>

- Fatmawati. (2021). *Kampanye Politik : Sebuah Pendekatan Fenomenologi*. Amerta Media. <https://repository.uir.ac.id/21286/>
- Fikri, S., Nabilah, I. F., Wulan Sari, I. S., & Siregar, T. F. (2022). Perbandingan Pemilihan Umum Presiden Di Indonesia Dengan Korea Selatan. *Legalitas: Jurnal Hukum*, 14(1), 78. <https://doi.org/10.33087/legalitas.v14i1.309>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927>
- Hamni Fadlilah Nasution, M. P. (2019). Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif. *JURNAL ALMASHARIF*. 4(1), <https://doi.org/10.24952/masharif.v4i1.721>
- Handayani Amelia. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi. In *UIN Sumatera Utara*. <http://repository.uinsu.ac.id/9946/>
- Haryadi, Y., & Projo Angkasa, M. (2020). Jenis Pekerjaan Dan Tingkat Pendidikan Mempengaruhi Kepatuhan Minum Obat Antiretroviral (ARV) Pada Pasien HIV/AIDS. *Poltekkes Kemenkes Semarang*. 1(1), <https://doi.org/10.31983/jlk.v1i1.6446>
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial Intelligence in Service. *Journal of Service Research*, 21(2), 155–172. <https://doi.org/10.1177/1094670517752459>
- Ida Bagus Gde Pujaastawa. (2019). Teknik Wawancara Dan Observasi Untuk Pengumpulan Bahan Informasi. *Universitas Udayana*.
- Imam Khoeri dan Dadang Iskandar Mulyana. (2021). Implementasi Machine Learning dengan Decision Tree Algoritma C4.5 dalam Penerimaan Karyawan Baru pada PT. Gitareksa Dinamika Jakarta. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 1, 1–9. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i7.126>
- Imran. (2022). Persepsi mahasiswa terhadap penggunaan buku cara cepat menguasai bahasa arab sistem 24 kali pertemuan bagi mahasiswa program studi pendidikan bahasa arab fakultas tarbiyah IAIN Parepare. In *Skrpisi IAIN Parepare*. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/4314/1/16.1200.031.pdf>
- Ivanna, J., Pardede, A. J., Iqbal, M., Pendidikan Pancasila, J., & Kewarganegaraan, D. (2018). Peran Media Cetak dalam Meningkatkan Partisipasi Politik di Kelurahan Bandar Selamat Kecamatan Medan

Tembung Kota Medan. *Journal of Education Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 1(1):20-31, <https://doi.org/10.34007/jehss.v1i1.4>

Jamiluddin Z, Priadi, R., & Thariq, M. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Terhadap Calon Kepala Daerah Pada Pilkada Kota Sibolga Tahun 2020. *Muqoddimah*, 7(2). <http://dx.doi.org/10.31604/jim.v7i2.2023.453-460>

Kurnia Dewi, S., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuisioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta 2020 (Profesi Ners XXI)*, 1–7.

Likert, R. (1932). *A Technique For The Measurement Of Attittudes*. [https://legacy.voteview.com/pdf/Likert\\_1932.pdf](https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf)

M. Firdaus Imaduddin. (2020). Studi Persepsi Masyarakat Terhadap Fatwa Mui No. 14 Tahun 2020 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Wabah Covid-19. *JISA: Jurnal Ilmiah Sosioologi Agama*, 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/jisa.v3i2.7999>

Made Lucky Junior, N. N. H. (2024). Pemilihan Presiden 2024 Pada Akun Media Sosial Instagram I, 2(11) *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*). <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura>

Mahsun. (2017). *Metode penelitian bahasa Tahapan, Strategi, Metode, dan Tekniknya*. [www.rajagrafindo.co.id](http://www.rajagrafindo.co.id)

Maulana Rizik Sihabudin, M., Nur Alfa Laila, H., Kharis, K., & Siti Fatimah, R. (2023a). Strategi *Positioning* “Gemoy” Prabowo Subianto Melalui Media Digital “Gemoy” Prabowo Subianto Melalui Media Digital. *Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 146–154. <https://doi.org/10.62180/dt1m2889>

Maulana Rizik Sihabudin, M., Nur Alfa Laila, H., Kharis, K., & Siti Fatimah, R. (2023b). Strategi *Positioning* “Gemoy” Prabowo Subianto Melalui Media Digital “Gemoy” Prabowo Subianto Melalui Media Digital. *Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 146–154. <https://doi.org/10.62180/dt1m2889>

Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta, 183-196.

Nanda Delya, A., Aglevia Sakuri, A., & Erine Sugiharto, C. (2022). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf Pada Iklan Online

- Bukalapak “*A Stranger-A Ramadan Story.*” *Jurnal CommLine*, 07(01), 43–56. <http://dx.doi.org/10.36722/cl.v7i1.663>
- Noel, G. P. J. C. (2023). Evaluating AI-powered text-to-image generators for anatomical illustration: A comparative study. 17(5) *Anatomical Sciences Education*. <https://doi.org/10.1002/ase.2336>
- Nur Fadilla, A., Munadiyah Ramadhani, P., & Handriyotopo. (2023). Problematika Penggunaan AI (*Artificial Intellegence*) di Bidang Ilustrasi : AI VS Artist. *CITRAWIRA*, 4(1). <https://doi.org/10.33153/citrawira.v4i1.47>
- Pradila Putri, E., Dafrina, A., & Novianti, Y. (2023). Persepsi Visual Generasi Digital terhadap Warna Furnitur pada Interior Kafe. *Jurnal Serambi*, VIII(2), 5448–5457. <https://doi.org/10.32672/jse.v8i2.5774>
- Pundra Rengga Andhita. (2021). *Komunikasi Visual*. Zahira Media Publisher. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ico5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=karakteristik+demografis+persepsi+visual&ots=328oB\\_LIKG&sig=zQR7SpXA3xtZ8nF0Rpw9oAbhPrE&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ico5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=karakteristik+demografis+persepsi+visual&ots=328oB_LIKG&sig=zQR7SpXA3xtZ8nF0Rpw9oAbhPrE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Putra, I. S., Auliadiningrum, A., Agustyahna, F., Putra, R. T., & Syahadat, R. M. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin Terhadap Penilaian Kualitas Visual Evaluasi Lanskap Lingkungan Dengan Menggunakan Metode *Scenic Beauty Estimation*. *Journal of Enviromental Science Sustainable*, 2(2), 57-66 <https://e-journal.ivet.ac.id/index.php/envoist/article/view/2050>
- Putu Wiyano Wandowo, S., & Herry Prilosadoso, B. (2022). Reka Cipta Iklan Dengan Pendekatan Ambient Media Dalam Konsep Segitiga Insight Pada Desa Wisata Betisrejo Kabupaten Sragen. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 3(1), 92–115. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v3i1.4623>
- Qulub, A. S., Sudaryanto, E., & Beta, P. (2022). Analisis Persepsi Masyarakat Pada Komunikasi Politik Puan Maharani (Baliho Jaga Iman, Jaga Imun, Insya Allah Aman, Amin). 1(01). *Seminar Nasional 2022 Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Pasca Pandemi*. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/snhs/article/view/887>
- Regina Yulandari, Z. A. (2017). Pengaruh Iklan Politik Baliho Sebagai Bagian Dari Strategi Kampanye T. Irwan Djohan Pada Pemilu Legislatif di Kota Banda Aceh Tahun 2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(3), 1–17. <https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/4233>

- Rifqi Novica, D., Kusumawati Hidayat, I., & Agung Sutrisno, A. (2020). Aesthetic of Cuteness Dimensions in Malang City Mascot. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i12.7592>
- Risdiana Chandra Dhewy. (2022). Pelatihan Analisis Data Kuantitatif Untuk Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.3224>
- Rizkizha, D. F. (2019). Perancangan Maskot Sebagai Strategi Brand Activation Klub Sepakbola Psim Yogyakarta. *Aksa Jurnal Desain Komunikasi Visual* 2(2):260-269. <https://doi.org/10.37505/aksa.v2i2.25>
- Rusda, A., & Aris Munandar, M. (2017). Kampanye Politik melalui Media Sosial pada Pemilu Legislatif 2014 di Kota Pekalongan. *Unnes Political Science Journal*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.15294/upsj.v1i1.19828>
- Sahara, S., Ilmi, M., & Silalahi, R. Y. B. (2023). Pendampingan Edukasi Cerdas Menyikapi Tren AI (*Artifial Intelligence*) dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 354–364. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i4.169>
- Samsi Wijaya, C., Wijaya, I., Tamim Shidqi, M., & Novita, D. (2023). Analisis Implementasi Artificial Intelligence Untuk Bisnis: *Systematic Literature Review*. *Computer Science And Information Technology* |, 4(2), 133. <https://doi.org/10.46576/device.v4i2.4037>
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 69–75. <https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>
- Sofyan Salam, Sukarman, Hasnawati, & Muh. Muhaimin. (2020). Pengetahuan Dasar Seni Rupa. *Badan Penerbit UNM*. [https://www.researchgate.net/publication/339642698\\_Pengetahuan\\_Dasar\\_Seni\\_Rupa](https://www.researchgate.net/publication/339642698_Pengetahuan_Dasar_Seni_Rupa)
- Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe, & Paul Willis. (1980). *Culture, Media, Language*. <https://doi.org/10.4324/9780203381182>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&us](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&us)



er=MGOs5rkAAAAJ&citation\_for\_view=MGOs5rkAAAAJ:a9-T7VOCCH8C

- Syaeful Millah, A., Arobiah, D., Selvia Febriani, E., & Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140-153, aug. 2023. <https://riset-iaid.net/index.php/jpm/article/view/1447>
- Syahputra, A., & Rahmatsyah Putra, H. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM). 11(1), *STAIN*. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v11i1.349>
- Syahputra, A., Rahmatsyah Putra, H., Ar-Ridho Bagansiapiapi, S., & Teungku Dirundeng Meulaboh, S. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM). 11(1), *STAIN*. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v11i1.349>
- Tunshorin, C. (2019). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. *UIN Sunan Kalijaga*, 9(1), <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1191>
- Ulfah, R., & Rosmiati, A. (2024). Analisis Visual Representasi Identitas Budaya Lokal pada Ilustrasi Karya Renata Owen. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 5(1), 47–74. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v5i1.4831>
- Wahyu, E., & Budianto, H. (2023). Bank Bukopin Syariah dan Konvensional: Studi Pustaka (*Library Research*) dan *Bibliometrik VOSviewer*. *Bait Syariah Indonesia*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10049572>
- Yordan, C. S. C., & Prilosadoso, B.H (2021). Perancangan Iklan Sosial “Kali Resik, Solo Apik” Menyadarkan Arti Sungai Bersih Bagi Masyarakat Kota Surakarta. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 2(2), 213–237. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v2i2.4017>

#### **Sumber Internet:**

- Agnes Tesalonika Yolanda. (2024). *AI dan Demokrasi: Kreativitas serta Kontribusi Generasi Muda dalam Kampanye Pemilu 2024*. [https://www.setneg.go.id/baca/index/ai\\_dan\\_demokrasi\\_kreativitas\\_serta\\_kontribusi\\_generasi\\_muda\\_dalam\\_kampanye\\_pemilu\\_2024](https://www.setneg.go.id/baca/index/ai_dan_demokrasi_kreativitas_serta_kontribusi_generasi_muda_dalam_kampanye_pemilu_2024), diakses pada 25 April 2024
- Ahmad Ghani. (2024). *Baliho*. <https://Rumusbilangan.Com/Baliho/>, diakses pada 24 Maret 2024

- Chandra Hendrik. (2023). *Hadir Dalam Hologram Artificial Intelligence , “Prabowo-Gibran” Apresiasi Pemecahan Rekor MURI dan Beri Semangat Kampanye di Udara.* Tvonenews. <https://www.tvonenews.com/berita/176064-hadir-dalam-hologram-artificial-intelligence-Prabowo-Gibran-apresiasi-pemecahan-rekor-muri-dan-beri-semangat-kampanye-di-udara>, diakses pada 20 Mei 2024
- CNBC. (2024). *Cara Gampang Buat Poster Disney Seperti Prabowo Pakai AI.* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240204123922-37-511516/cara-gampang-buat-poster-disney-seperti-prabowo-pakai-AI>, diakses pada 02 Maret 2025
- Dian Cahyadi. (2023). *Peran Desain Komunikasi Visual dalam Proses Politik.* Kompasiana. [https://www.kompasiana.com/dian\\_cahyadi/657565c2de948f7b8d7eab42/peran-desain-komunikasi-visual-dalam-proses-politik](https://www.kompasiana.com/dian_cahyadi/657565c2de948f7b8d7eab42/peran-desain-komunikasi-visual-dalam-proses-politik), diakses pada 23 Oktober 2024
- Fikri, S. (2021). *Upaya Hukum Dalam Penyelesaian Sengketa Hasil Pemilihan Kepala Desa.* Maleo Law Journal. <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4617925/belasan-kasus-dugaan-pelanggaran->, diakses pada 7 Oktober 2024
- Firda Dwi Muliawati. (2024, February 8). *Media Asing Sorot Pilpres 2024, Ada Keterlibatan AI.* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240208133842-37-512853/media-asing-sorot-pilpres-2024-ada-keterlibatan-ai>, diakses pada 25 April 2024
- Habib Hidayat. (2023). *Design Menggunakan AI: Inilah Kelebihan dan Kekurangannya.* Myrobin. <https://myrobin.id/untuk-pekerja/design-menggunakan-ai/>, diakses pada 28 April 2024
- Irfan Meidianto. (2021). *Who Is Prabowo Subianto Djojohadikusumo, Military Career And Political Lacking To Become Defense Minister.* VOI. <https://voi.id/en/bernas/46988/>, diakses pada 14 November 2024
- Kezia Nadira. (2024). *Apa itu Generative AI? Apa Manfaatnya Bagi Bisnis Anda?* Gleematic.AI. <https://gleematic.com/indonesia/apa-itu-generative-ai-apa-manfaatnya-bagi-bisnis-anda/>, diakses pada 2 Desember 2024
- KPU. (2023). *KPU Tetapkan tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden pemilu 2024.* <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12081/kpu-tetapkan>

tiga-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden-pemilu-2024, diakses pada 14 November 2024

KPU. (2024). *Bagaimana Cara Menjadi Pemilih Pemilu 2024*. KPU. <https://www.kpu.go.id/page/read/1133/cara-menjadi-pemilih>, diakses pada 12 November 2024

Kuswandi. (2024). *Simalakama Gambar AI dalam Pusaran Kampanye Politik, Antara Kemudahan dan Hak Cipta yang Terciderai*. Jawapos. <https://www.jawapos.com/opini/013712806/simalakama-gambar-ai-dalam-pusaran-kampanye-politik-antara-kemudahan-dan-hak-cipta-yang-terciderai>, diakses pada 28 April 2024

Mita Amalia, H. (2023). *Tim Relawan Prabowo-Gibran Luncurkan Platform Berbasis AI, Cetak 2 Rekor Muri*. Berita Satu. <https://www.beritasatu.com/bersatu-kawal-pemilu/2789866/tim-relawan-Prabowo-Gibran-luncurkan-platform-berbasis-ai-cetak-2-rekor-muri>, diakses pada 28 Mei 2024

Muhammad Adimaja. (2023). *Mengeruk Suara Generasi Z dan Milenial Lewat Gibran Rakabuming Raka*. VOI. <https://voi.id/bernas/323468/mengeruk-suara-generasi-z-dan-milenial-lewat-gibran-rakabuming-raka>, diakses pada 14 November 2024

RatuAI. (2024). *Bagaimana Generative AI Mengubah Industri Kreatif*. RatuAI. <https://ratu.ai/bagaimana-generative-ai-mengubah-industri-kreatif/>, diakses pada 2 Desember 2024

Retno Kurnia. (2023). *Inilah Potret Capres dan Cawapres 2024 Versi AI, Tampak Menggemaskan*. Detik Sumsel. <https://www.detiksumsel.com/viral/97410844979/inilah-potret-capres-dan-cawapres-2024-versi-ai-tampak-menggemaskan>, diakses pada 14 Februari 2025

Reuters. (2024). *Generative AI may change elections this year — Indonesia shows how*. NBC News. <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/generative-ai-may-change-elections-year-indonesia-shows-rcna137867>, diakses pada 23 Oktober 2024

Rilia. (2023). *Indomie Gunakan AI di Iklan Terbaru Mereka, Hemat Biaya atau Bunuh Kreativitas?* Mediaformasi. <https://mediaformasi.com/2023/09/indomie-gunakan-ai-di-iklan-terbaru-mereka-hematbiaya-atau-bunuh-kreativitas/>, diakses pada 28 Januari 2025



- Rita Puspita Sari. (2024). *Mengenal Apa itu AI Generatif dan Cara Kerjanya*. <https://aihub.id/pengetahuan-dasar/mengenal-ai-generatif>, diakses pada 2 Desember 2024
- Tara Tulshyan. (2024). *The Dark Side of Generative AI in Prabowo Subianto's Presidential Campaign*. Columbia Political Review. <https://www.cpreview.org/articles/2024/11/the-dark-side-of-generative-ai-in-prabowo-subiantos-presidential-campaign>, diakses pada 14 November 2024
- Virdika Rizky Utama. (2023). *Prabowo Subianto: Indonesia's perennial strongman recast as the adorable grandpa*. Indonesia at Melbourne. <https://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/prabowo-subianto-indonesias-perennial-strongman-recast-as-the-adorable-grandpa/>, diakses pada 14 November 2024
- Widyaretna Buenastuti. (2024). *Trailblazing Paths: Unconventional Strategies in Indonesian Presidential Campaigns*. Inke Maris. <https://www.inkemaris.com/views/trailblazing-paths-unconventional-strategies-indonesian-presidential-campaigns>, diakses pada 14 November 2024
- Yuliana Khong. (2020). *Peluang dan Risiko Penggunaan AI dalam Iklan Politik seri studi kasus*, diakses pada 24 Maret 2024

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Saya Laila Maulida, mahasiswa program sarjana (S1) Desain Komunikasi Visual, saat ini tengah melakukan penelitian untuk tugas akhir skripsi dengan judul “Persepsi Masyarakat Terhadap Desain Baliho Kampanye Politik Studi Kasus Karakter Visual *Artificial Intelligence* Pasangan Capres Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024”.

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu serta teman-teman untuk mengisi kuesioner ini dengan objektif, tanpa mempertimbangkan pandangan atau preferensi politik pribadi Anda terhadap pasangan calon. Fokuslah pada karakter visual baliho tersebut dan persepsi Anda terhadap desainnya, di luar pro dan kontra yang mungkin Anda miliki terhadap pasangan calon tersebut. Jawaban yang Anda berikan sangat penting dan akan membantu penyelesaian penelitian ini. Seluruh data dan informasi yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Sebelum mengisi kuesioner, silakan lihat desain baliho yang menjadi subjek penelitian melalui link berikut:

[https://drive.google.com/drive/folders/10xpEagwYatwvGXl01DNhsX9\\_xaIvWdr?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/10xpEagwYatwvGXl01DNhsX9_xaIvWdr?usp=sharing)

Terima kasih banyak atas waktu dan perhatian Anda. Partisipasi Anda sangat berharga dan akan memberikan kontribusi signifikan terhadap penelitian ini.

Terima kasih atas partisipasi Anda!

#### **A. Identitas Responden**

1. Nama
2. Usia
3. Jenis Kelamin
4. Tingkat pendidikan terakhir
5. Pekerjaan
6. Apakah Anda sudah memiliki hak pilih dalam Pilpres 2024?
  - a. Ya
  - b. Tidak
7. Apakah Anda menggunakan hak pilih anda dalam Pilpres 2024?
  - a. Ya
  - b. Tidak
8. Apakah anda sudah melihat dokumentasi desain baliho yang dilampirkan pada link GDrive? (Jika belum harap untuk dilihat terlebih dahulu)
  - a. Ya, sudah

#### **B. Persepsi Visual terhadap Desain Baliho Berteknologi AI**

Tabel 38. Pertanyaan Persepsi Visual terhadap Desain Baliho AI  
(Sumber : Laila Maulida, 2024)

| No | Pertanyaan                                                        | Jawaban                                           |
|----|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1. | Apakah Anda menyadari bahwa desain baliho kampanye pasangan calon | a. Ya, sangat menyadari<br>b. Ya, cukup menyadari |

|    |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Prabowo-Gibran menggunakan teknologi <i>AI</i> ?                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>c. Tidak yakin</li> <li>d. Tidak terlalu menyadari</li> <li>e. Tidak menyadari sama sekali</li> </ul>                                                                                                                                                                      |
| 2. | Bagaimana pendapat Anda tentang desain visual baliho yang dihasilkan oleh <i>AI</i> pada kampanye Prabowo-Gibran? (Berdasarkan visualnya) | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sangat menarik</li> <li>b. Menarik</li> <li>c. Biasa saja</li> <li>d. Tidak menarik</li> <li>e. Sangat tidak menarik</li> </ul>                                                                                                                                         |
| 3. | Seberapa besar desain baliho berbasis <i>AI</i> mempengaruhi pandangan Anda terhadap pasangan calon Prabowo-Gibran?                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sangat berpengaruh</li> <li>b. Cukup berpengaruh</li> <li>c. Sedikit berpengaruh</li> <li>d. Tidak berpengaruh</li> <li>e. Mengurangi pandangan saya terhadap mereka</li> </ul>                                                                                         |
| 4. | Apakah desain baliho dengan teknologi <i>AI</i> membuat Anda merasa lebih yakin atau ragu untuk memilih pasangan calon Prabowo-Gibran?    | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sangat yakin untuk memilih</li> <li>b. Cukup yakin untuk memilih</li> <li>c. Tidak berpengaruh</li> <li>d. Sedikit ragu</li> <li>e. Sangat ragu untuk memilih</li> </ul>                                                                                                |
| 5. | Apakah karakter visual ' <i>Gemoy</i> ' pada baliho kampanye mempengaruhi Anda dalam menentukan pilihan Anda?                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sangat mempengaruhi secara positif</li> <li>b. Cukup mempengaruhi secara positif</li> <li>c. Tidak mempengaruhi</li> <li>d. Cukup mempengaruhi secara negatif</li> <li>e. Sangat mempengaruhi secara negatif</li> </ul>                                                 |
| 6. | Jika karakter visual tersebut mempengaruhi Anda secara positif, aspek apa yang paling mempengaruhi Anda?                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Desain yang inovatif karna menggunakan teknologi <i>AI</i></li> <li>b. Kesan kreatif, modern dan futuristic</li> <li>c. Memberi kesan ramah dan mudah diingat</li> <li>d. Tidak mempengaruhi secara positif sama sekali</li> <li>e. Lainnya, sebutkan: _____</li> </ul> |
| 7. | Jika karakter visual tersebut mempengaruhi Anda secara negatif, apa alasan utama di baliknya?                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dianggap tidak menghargai tenaga kerja manusia karna menggunakan teknologi <i>AI</i></li> <li>b. Terasa manipulatif karena menggunakan teknologi <i>AI</i></li> </ul>                                                                                                   |

|  |  |                                                                                                                                                      |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | c. Terlalu berlebihan, tidak serius, dan mengganggu pesan politik<br>d. Tidak mempengaruhi secara negatif sama sekali<br>e. Lainnya, sebutkan: _____ |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### C. Dampak Sosial dan Estetika Penggunaan AI dalam Kampanye Politik

Tabel 39. Pertanyaan Dampak Sosial dan Estetika Penggunaan AI  
(Sumber : Laila Maulida, 2024)

| No  | Pertanyaan                                                                                                                    | Jawaban                                                                                                                                                                                             |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8.  | Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan AI dalam desain baliho kampanye politik?                                          | a. Sangat positif<br>b. Cukup positif<br>c. Netral<br>d. Cukup negatif<br>e. Sangat negatif                                                                                                         |
| 9.  | Seberapa besar menurut Anda AI dapat meningkatkan efektivitas kampanye politik pasangan calon?                                | a. Sangat besar<br>b. Cukup besar<br>c. Sedang saja<br>d. Kecil<br>e. Tidak berpengaruh sama sekali                                                                                                 |
| 10. | Apakah menurut Anda penggunaan AI dalam desain baliho kampanye politik mempengaruhi pandangan Anda tentang keaslian kampanye? | a. Sangat mempengaruhi, kampanye terasa tidak asli<br>b. Cukup mempengaruhi<br>c. Tidak terlalu mempengaruhi<br>d. mempengaruhi sama sekali<br>e. Justru memberikan kesan lebih modern dan autentik |
| 11. | Menurut Anda, apakah teknologi AI dalam desain kampanye bisa menggantikan peran kreatif desainer dan ilustrator manusia?      | a. Ya, sangat bisa menggantikan<br>b. Ya, cukup bisa menggantikan<br>c. Netral<br>d. Tidak, tidak bisa menggantikan<br>e. Sama sekali tidak bisa menggantikan                                       |

### D. Persepsi terhadap Kesesuaian Karakter Visual dengan Pasangan Calon

Tabel 40. Pertanyaan Persepsi terhadap Kesesuaian Karakter Visual dengan Pasangan Calon

(Sumber : Laila Maulida, 2024)

| No  | Pertanyaan                                                                                                                                                                                   | Jawaban                                                                                                                              |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12. | Menurut Anda, apakah karakter visual maskot ' <i>Gemoy</i> ' yang muncul pada baliho kampanye pasangan calon Prabowo-Gibran memiliki kemiripan karakteristik dengan pasangan calon tersebut? | a. Sangat mirip<br>b. Cukup mirip<br>c. Tidak yakin<br>d. Kurang mirip<br>e. Sama sekali tidak mirip                                 |
| 13. | Apakah menurut Anda karakter visual tersebut berhasil merepresentasikan nilai-nilai atau kepribadian dari pasangan calon Prabowo-Gibran?                                                     | a. Sangat merepresentasikan<br>b. Merepresentasikan<br>c. Netral<br>d. Kurang merepresentasikan<br>e. sekali tidak merepresentasikan |
| 14. | Ketika Anda melihat karakter visual maskot tersebut, apakah Anda langsung teringat pada pasangan calon Prabowo-Gibran tanpa melihat nama atau tulisan lainnya di baliho?                     | a. Sangat mengingatkan<br>b. Cukup mengingatkan<br>c. Netral<br>d. Tidak terlalu mengingatkan<br>e. Sama sekali tidak mengingatkan   |

#### E. Perbandingan Desain Baliho Karakter AI di Jakarta, Malang, Yogyakarta, dan Semarang

Tabel 41. Pertanyaan Perbandingan Desain Baliho Karakter AI di Jakarta, Malang, Yogyakarta, dan Semarang  
(Sumber : Laila Maulida, 2024)

| No  | Pertanyaan                                                                                                                                                                                                   | Jawaban                                                                                                                                                   |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15. | Dari keempat baliho (Jakarta, Malang, Yogyakarta, Semarang), apakah Anda merasa karakteristik visual dari karakter AI tetap konsisten dan dapat dikenali sebagai representasi pasangan calon Prabowo-Gibran? | a. Sangat konsisten di semua baliho<br>b. Cukup konsisten di beberapa baliho<br>c. Netral<br>d. Tidak terlalu konsisten<br>e. Tidak konsisten sama sekali |
| 16. | Dari keempat desain baliho (Jakarta, Malang, Yogyakarta, Semarang), mana yang menurut Anda memiliki karakter visual paling menarik?                                                                          | a. Jakarta<br>b. Malang<br>c. Yogyakarta<br>d. Semarang<br>e. Tidak ada yang paling menarik                                                               |

|     |                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                             |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 17. | Apakah Anda merasa visual maskot AI di salah satu baliho lebih berhasil merepresentasikan pasangan calon dibandingkan yang lain? Jika ya, baliho kota mana yang menurut Anda paling berhasil? | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jakarta</li> <li>b. Malang</li> <li>c. Yogyakarta</li> <li>d. Semarang</li> <li>a. Tidak ada yang paling berhasil</li> </ul>      |
| 18. | Dari keempat baliho (Jakarta, Malang, Yogyakarta, Semarang), apakah ada salah satu baliho yang menurut Anda paling tidak menarik dan paling tidak familiar?                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jakarta</li> <li>b. Malang</li> <li>c. Yogyakarta</li> <li>d. Semarang</li> <li>e. Tidak ada yang paling tidak menarik</li> </ul> |

#### F. Pengaruh Karakter Visual dalam Menentukan Pilihan

Tabel 42. Pertanyaan Pengaruh Karakter Visual dalam Menentukan Pilihan  
(Sumber : Laila Maulida, 2024)

| No  | Pertanyaan                                                                                                                                               | Jawaban                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 19. | Apakah hanya dengan melihat karakter visual tersebut tanpa informasi tambahan, Anda merasa lebih yakin untuk memilih pasangan calon Prabowo-Gibran?      | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sangat yakin</li> <li>b. Cukup yakin</li> <li>c. Tidak berpengaruh</li> <li>d. Kurang yakin</li> <li>e. Sama sekali tidak yakin</li> </ul>                                                                                                                                        |
| 20. | Jika karakter visual ini mempengaruhi Anda secara positif, bagaimana pengaruh tersebut membuat Anda lebih condong memilih pasangan calon ini?            | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan kesan profesional dan modern</li> <li>b. Membuat pasangan calon terasa lebih dekat dengan generasi muda</li> <li>c. Terlihat lucu dan menarik perhatian</li> <li>d. Membuat kampanye terasa lebih kreatif dan inovatif</li> <li>e. Lainnya, sebutkan: _____</li> </ul> |
| 21. | Jika karakter visual ini mempengaruhi Anda secara negatif, bagaimana pengaruh tersebut membuat Anda kurang yakin atau bahkan menolak pasangan calon ini? | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Karna menggunakan teknologi AI</li> <li>b. Karakter terlihat tidak serius</li> <li>c. Terasa manipulatif dan dibuat-buat</li> <li>d. Terlalu berlebihan untuk sebuah kampanye politik</li> <li>e. Lainnya, sebutkan: _____</li> </ul>                                             |



### G. Persepsi Dan Dampak Penggunaan Teknologi AI Dalam Karakter Visual Kampanye Politik

Tabel 43. Pertanyaan Persepsi dan Dampak Penggunaan Teknologi AI Dalam Karakter Visual Kampanye Politik

(Sumber : Laila Maulida, 2024)

| No  | Pertanyaan                                                                                                                                                                                                         | Jawaban                                                                                               |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 22. | Apakah Anda mendukung penggunaan teknologi AI dalam perancangan karakter visual kampanye politik di masa depan?                                                                                                    | a. Sangat mendukung<br>b. Cukup mendukung<br>c. Netral<br>d. Tidak mendukung<br>e. Menolak sepenuhnya |
| 23. | Jika Anda mendukung / menolak penggunaan teknologi AI dalam perancangan karakter visual kampanye politik di masa depan, apakah alasannya?                                                                          | Essay                                                                                                 |
| 24. | Apakah Anda mendukung perancangan karakter visual tanpa teknologi AI melainkan dengan tenaga kreatif manusia dalam kampanye politik di masa depan?                                                                 | a. Sangat mendukung<br>b. Cukup mendukung<br>c. Netral<br>d. Tidak mendukung<br>e. Menolak sepenuhnya |
| 25. | Jika Anda mendukung / menolak perancangan karakter visual tanpa teknologi AI melainkan dengan tenaga kreatif manusia dalam kampanye politik di masa depan, apakah alasannya?                                       | Essay                                                                                                 |
| 26. | Menurut Anda, baik secara positif maupun negatif seberapa besar pengaruh kampanye karakter visual berteknologi AI ini terhadap hasil akhir suara yang diperoleh pasangan calon Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024 ? | a. Sangat besar<br>b. Cukup besar<br>c. Sedang<br>d. Kecil<br>e. Tidak berpengaruh sama sekali        |
| 27. | Apakah Anda percaya bahwa desain baliho kampanye ini mempengaruhi terpilihnya pasangan calon Prabowo-Gibran?                                                                                                       | a. Sangat mempengaruhi<br>b. Cukup mempengaruhi<br>c. Netral<br>d. Tidak terlalu mempengaruhi         |

|     |                                                                                                                                                     |                                   |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
|     |                                                                                                                                                     | e. Tidak mempengaruhi sama sekali |
| 28. | Menurut Anda, apakah penggunaan karakter visual dalam kampanye politik efektif dan layak untuk terus diterapkan di masa depan? Jelaskan alasan Anda | Essay                             |
| 29. | Apa saran Anda untuk pengembangan karakter visual dalam kampanye politik di masa depan yang menggunakan teknologi AI?                               | Essay                             |
| 30. | Apa saran Anda untuk pengembangan karakter visual dalam kampanye politik di masa depan yang menggunakan tenaga kreatif manusia?                     | Essay                             |

