Jurnal Pendidikan Bahasa
Volume 15, Nomor 1, Maret 2025 | ISSN: 2088-0316 | e-ISSN: 2685-0133
https://doi.org/10.37630/jpb.v15i1.2646

Analisis Wacana Kritis Perspektif Foucault tentang Representasi Gender dalam Baliho Kampanye Pilkada Tahun 2024 di Kabupaten Pekalongan

Abdul Mukhlis[1,*], M. Tsaqiful A'la[1], Fathir Khareuman Isnaeni[1]

[1]Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

*Corespondence: abdul.mukhlis@uingusdur.ac.id

Artikel Info

Submission
2025-02-03
Revisions
2025-03-15
Publish
2025-03-28

Abstrak

Baliho kampanye politik, dalam konteks ini kontestasi Pilkada, dipandang sebagai salah satu media sosialisasi yang efektif untuk mengenalkan kandidat kepada para calon pemilih. Desain visual yang mencolok dan pemanfaatan bahasa yang unik memberikan kesan estetik bagi pembaca baliho tersebut. Selain itu, muatan pesan di dalam baliho yang cukup padat memiliki potensi untuk dikaji dari aspek kritis dan perspektif gender. Riset ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis penggunaan bahasa dalam wacana baliho kampanye para kandidat yang berperspektif gender dengan model Michel Foucault. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan memanfaatkan pendekatan analisis wacana kritis model Foucault. Teknik penyediaan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi. Selain itu, peneliti memanfaatkan teknik triangulasi data untuk menjamin tingkat kevalidan data. Hasil temuan riset ini menunjukkan bahwa representasi gender melalui media visual tidak sekadar mencerminkan stereotip yang lazim di masyarakat, tetapi juga berperan sebagai instrumen pembentuk wacana yang mengatur norma-norma sosial dan politik terkait peran laki-laki dan perempuan dalam ruang publik. Oleh karena itu, dari sudut pandang Foucault, baliho kampanye bukan hanya berfungsi sebagai sarana promosi politik semata, melainkan juga menjadi medan pertarungan wacana yang dapat memperkuat maupun menentang struktur dominasi gender yang ada dalam masyarakat. Dengan demikian riset ini mencoba memberi warna baru dalam memahami dinamika representasi gender serta implikasinya terhadap praktik kekuasaan dan identitas sosial di konteks lokal.

Kata kunci: Analisis Wacana Kritis; Baliho Kampanye; Representasi Gender

This is an open access article under the CC - BY license.

PENDAHULUAN

Kampanye dalam proses Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu bagian penting dari perwujudan demokrasi. Kampanye berfungsi untuk mengenalkan calon kepala daerah kepada para pemilih. Melalui kampanye, calon tersebut dapat menyampaikan visi, misi, dan program kerja kepada masyarakat, sehingga pemilih memiliki informasi yang cukup untuk menentukan keputusan siapa yang menjadi pilihannya saat proses pemilihan (Juandanilsyah, 2024). Indrawan, dkk., (2023) membedakan jenis kampanye berdasarkan cara memproduksinya, yaitu kampanye tertulis dan kampanye lisan. Kampanye tertulis dan lisan dalam konteks ini memiliki tujuan yang sama, terutama sebagai sarana masyarakat untuk berinteraksi baik langsung maupun tidak dengan calon yang akan dipilih. Dengan demikian, kampanye tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai jembatan komunikasi antara calon pemimpin dan pemilihnya.

Dalam riset ini, kampanye tertulis yang diwujudkan melalui baliho menjadi fokus data yang dikaji oleh peneliti. Sebab, baliho dengan ukurannya yang besar dan penempatannya yang strategis di ruang publik, sepengamatan peneliti menjadi media yang dominan dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) sejak awal mula kemunculannya (Maulana & Kristiana, 2020). Kehadiran baliho kampanye yang mencolok di jalan raya, persimpangan, dan area ramai lainnya menjadikan media tersebut sebagai alat visual yang efektif untuk menjangkau khalayak luas termasuk masyarakat yang tidak secara aktif mencari informasi kampanye. Warna-warna mencolok, gambar kandidat yang terpampang jelas, dan slogan-slogan singkat yang mudah diingat,

ISSN: 2088-0316 | e-ISSN: 2685-0133
https://doi.org/10.37630/jpb.v15i1.2646

semuanya dirancang untuk menarik perhatian dan meninggalkan kesan yang kuat di ingatan para calon pemilih, dan pastinya strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh tim kampanye kedua paslon memiliki elemen desain seperti warna, tipografi, *lay out*, dan gambar pastinya memiliki makna semiotik yang dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi pemilih (Ilham et al., 2023).

Berdasarkan argumen di muka, penggunaan baliho dalam kampanye Pilkada nyatanya mampu memberi dampak cukup signifikan terhadap persepsi pemilih. Hal tersebut dikuatkan dalam riset yang dilakukan oleh Demange dan Straeten (2020) bahwa paparan visual yang dilihat oleh para pemilih secara berulang berimplikasi terhadap citra dan pesan tertentu dari seorang kandidat. Dampak lain pemanfaatan baliho antara lain membentuk persepsi publik melalui citra positif maupun negatif. Desain baliho yang menarik dan estetis serta muatan kata-kata yang persuasif dapat meningkatkan kredibilitas dan daya tarik kandidat, sementara baliho yang murahan atau menampilkan pesan yang kontroversial justru memunculkan citra negatif (Sarino, dkk., 2021).

Selain menjadi salah satu media utama penyampaian pesan politik kepada masyarakat, baliho kampanye juga digunakan untuk mengangkat isu-isu penting, termasuk yang berkaitan dengan gender. Melalui gambar dan teks yang dipilih dengan cermat, baliho dapat menciptakan citra yang kuat tentang calon, baik dalam hal kepemimpinan maupun komitmen mereka terhadap kesetaraan gender. Oleh karena itu penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana citra kepemimpinan dan kepedulian terhadap isu gender dibentuk dalam baliho kampanye, khususnya dalam konteks pemilu lokal yang kerap luput dari perhatian kajian akademik.

Visi dan misi calon terkait dengan isu perempuan dan perlindungan hak-hak gender juga sering diejawantahkan dalam baliho kampanye. Praksis bahasa dan budaya yang fokus pada kesetaraan gender, misalnya "Perempuan Berdaya, Indonesia Maju," menurut peneliti, tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian kelompok pemilih perempuan, tetapi juga mengedukasi masyarakat umum tentang peran perempuan di dalam pembangunan nasional. Dengan demikian, bahasa yang dimanfaatkan lewat baliho tidak hanya berfungsi untuk memunculkan isu-isu gender yang sering absen dalam diskursus politik, tetapi juga memberikan ruang bagi suara perempuan untuk diakomodasi dan diperjuangkan (Suwignyo, 2020).

Berdasarkan data statistik yang dikutip dari website Radio Kota Batik (2024), jumlah keseluruhan pemilih yang tercatat di Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kabupaten Pekalongan tahun 2024 adalah 734.636. Rinciannya, kelompok pemilih perempuan sebanyak 363.419 jiwa (49,47%), sedangkan laki-laki 371.217 jiwa (50,53%). Dari data tersebut menunjukkan bahwa pemilih perempuan memang tidak mendominasi, tetapi perbedaan margin yang hanya sebesar 1,06%, membuka peluang kepada para kandidat untuk meraup suara dari kelompok perempuan dan laki-laki melalui isu gender yang disuarakan melalui bahasa-bahasa unik di dalam baliho kampanye.

Kajian kritis terhadap penggunaan bahasa yang merepresentasikan gender dalam wacana baliho kampanye ini ditinjau dari perspektif Michel Faoucault. Faoucault merupakan pakar wacana kritis yang meskipun tidak secara langsung menyoal gender, tetapi kerangka teorinya cukup memberi gambaran mengenai korelasi gender dengan praksis wacana yang terjadi di masyarakat. Menurut Foucault dalam Mardiana (2021), di dalam praksis wacana, terdapat beberapa poin yang menjadi fokus bahasannya, antara lain, (1) kekuasaan dan pengetahuan, (2) diskursus, (3) biopolitik, (4) historisitas seksualitas (feminitas dan maskulinitas), dan (5) subjektivitas. Diantara poin-poin tersebut diskursus itulah yang menjadi pokok bahasan dalam kajian ini.

Bertolak dari uraian latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis penggunaan bahasa dalam wacana baliho kampanye para kandidat dari perspektif Michel Foucault. Kemudian, agar penelitian ini terfokus pada pembahasan yang mendalam, seperti pada paragraf sebelumnya, peneliti membatasi kajian dari aspek representasi gender, terutama soal feminitas dan maskulinitas yang terdapat dalam bahasa wacana baliho kampanye Pilkada Kabupaten Pekalongan Tahun 2024. Dengan adanya pembatasan terhadap fokus kajian, peneliti lebih memungkinkan dalam mencapai tujuan penelitian dan leluasa dalam mengatikan terhadap konteks masalah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan rancangan pendekatan analisis wacana kritis

ISSN: 2088-0316 | e-ISSN: 2685-0133
https://doi.org/10.37630/jpb.v15i1.2646

sebagai kajian utama. Fokus kajian ini diarahkan untuk memahami bagaimana representasi gender dikonstruksi melalui bahasa dan visual dalam baliho kampanye. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkapkan relasi kuasa, ideologi, serta konstruksi sosial yang tersembunyi dibalik teks dan gambar dalam baliho tersebut. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pekalongan, dengan berpusat pada baliho kampanye politik yang terpasang di berbagai lokasi strategis. Pengumpulan data dilakukan selama periode kampanye politik menjelang pemilihan umum, yakni 11-20 November 2024. Data dikumpulkan melalui teknik observasi dan dokumentasi. Peneliti mengobservasi langsung terhadap baliho kampanye yang ada di titik-titik keramaian. Observasi ini bertujuan untuk mencatat elemen-elemen visual dan teks yang terdapat dalam baliho. Adapun dokumentasi dilakukan dengan memfoto baliho kampanye yang relevan sebagai bukti visual. Sampel dikumpulkan oleh peneliti secara purposif dengan mempertimbangkan kesesuaian data terhadap fokus representasi gender. Dalam riset ini sejumlah 36 baliho kampanye. Komposisinya, 20 baliho merupakan bentuk kampanye dari Paslon 1 dan 16 baliho dari Paslon 2. Baliho-baliho tersebut memiliki jenis, desain, dan elemen yang identik sehingga dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkannya berdasarkan kesamaan data visual yang ditemukan, yakni masing-masing kandidat terdapat 6 baliho.

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan klasifikasi dengan mereduksi data yang tidak memiliki kaitan dengan representasi gender. Dalam proses ini, didapatkan sejumlah 5 data baliho yang memiliki korelasi dengan fokus kajian ini. Kemudian, data yang terkumpul dianalisis berdasarkan kajian wacana kritis model Michel Foucault. Langkah analisis ini dilakukan dengan (1) mengidentifikasi elemen wacana. Elemen tersebut adalah elemen yang terdapat di dalam baliho seperti bahasa, gambar, maupun simbol yang berkorelasi dengan isu gender. (2) Menganalisis makna. Proses analisis ini dilakukan dengan mengkaji makna yang termuat di dalam elemen baliho. (3) Mengaitkan makna dengan spektrum feminitas dan maskulinitas yang terjadi di masyarakat umum sekitar Kabupaten Pekalongan. Terakhir, untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, peneliti menggunakan triangulasi data, yaitu dengan membandingkan hasil observasi dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga bekerja sama dengan dosen di Prodi Tadris Bahasa Indonesia yang keilmuannya linear untuk melakukan pengecekan terhadap analisis yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wacana kampanye dalam konteks penelitian ini merujuk pada baliho atau alat peraga kampanye yang digunakan oleh kandidat sebagai bahan sosialisasi kepada masyarakat calon pemilih. Peneliti mendapati data menarik juga unik terkait representasi gender dalam baliho tersebut. Berikut ini disajikan tiga pembahasan untuk menjawab tujuan masalah yang diajukan dalam latar belakang, yaitu (1) wujud korpus data wacana kampanye dalam baliho, (2) representasi gender oleh Paslon 1, dan (3) representasi gender oleh Paslon 3.

Korpus Data Wacana Kampanye di Kabupaten Pekalongan

Berikut adalah tabel klasifikasi data baliho kampanye yang sudah diolah oleh peneliti.

Tabel 1. Data Penelitian

No.	Paslon 1	Paslon 2
1.	Ikut **Ibu**, Bismilah Lanjutkan 2 Periode (Data 1/Pas 1)	Orangnya Sendiri Pilih Riswadi Amin (Data 1/Pas 2)
2.	Bismilah Pekalongan beriman, Bersama Fadia dan Sukirman (Data 2/Pas 1)	Orang Pekalongan Punya Hati, Punya Harga Diri, Tidak Bisa Dibeli Apalagi Diintimidasi (Data 2/Pas 2)
3.	Bismilah Mari Kita Lanjutkan Membangun Kab. Pekalongan Bersama (Data 3/Pas 1)	Sudah Saatnya Orangnya Sendiri (Data 3/ Pas 2)
4.	Coblos **Jilbab Putih**/ Coblos **Kerudung Putih** (Data 4/ Pas 1)	Bupati Lokal Pilihanku, Bupati Import Minggir Dulu (Data 4/ Pas 2)
5.	**Temannya Mase** Kabupaten Pekalongan Beriman (Data 5/ Pas 1)	Sudah Saatnya, **Temannya Mas Riswud** (Data 5/ Pas 2)

ISSN: 2088-0316 | e-ISSN: 2685-0133
https://doi.org/10.37630/jpb.v15i1.2646

No.	Paslon 1	Paslon 2
6.	**Ibu** Fadia Orang Baik Dan Merakyat (Data 6/ Pas 1)	Pilih Orangnya Sendiri (Data 6/ Pas 2)

Data penelitian di atas menunjukkan bahwa baliho, sebagai korpus data wacana kampanye atau alat peraga politik, dapat digunakan oleh para kandidat dalam rangka membentuk opini publik. Argumen tersebut juga dikuatkan dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Selfiani, dkk., 2021). Terbentuknya opini publik melalui bahasa dalam baliho, menurut Mitrin & Puta (2024) didorong atas konstruksi realitas sosial, antara lain seleksi informasi dengan penonjolan informasi tertentu, pembentukkan identitas melalui pembangunan kategori, dan reproduksi norma via pemanfaatan simbol di ranah publik.

Selain membentuk opini publik, korpus data pada tabel 1 juga memuat peluang munculnya kajian kritis dengan pendekatan analisis wacana kritis. Dalam perspektif Foucault, bahasa di dalam baliho diidentikkan sebagai alat hegemoni dengan cara menghadirkan kekuasaan dominan. Namun, bisa pula menjadi media perlawanan oleh kelompok minoritas maupun oposisi (Selfiani, dkk., 2021). Secara lebih mendalam, data tersebut dibahas pada sajian subtopik berikut.

Representasi Gender Paslon 1

Berikut adalah tabel klasifikasi data baliho kampanye yang sudah diolah oleh peneliti.

Tabel 2. Data Representasi Gender Paslon 1

No.	Paslon 1
1.	Ikut **ibu**, Bismilah Lanjutkan 2 Periode (Data 1/Pas 1)
2.	Coblos **Jilbab Putih**/ Coblos **Kerudung Putih** (Data 4/ Pas 1)
3.	**Temannya Mase** Kabupaten Pekalongan Beriman (Data 5/ Pas 1)
4.	**Ibu** Fadia Orang Baik dan Merakyat (Data 6/ Pas 1)

Data berkode (Data 1/Pas 1) merupakan hasil terjemahan dari data asli "*Nderek I*bu, Bismillah lanjutkan 2 periode." Kandidat atau Paslon 1 memanfaatkan bahasa daerah, dalam konteks ini bahasa Jawa sebagai ekspresi di dalam balihonya. Dalam pandangan Foucault, penggunaan kata "Ibu" mencerminkan diskursus dominan yang menghubungkan perempuan dengan peran "ibu" sebagai simbol kepedulian sosial. Hal ini memperkuat konstruksi sosial bahwa kepemimpinan perempuan harus didasarkan pada kelembutan dan kepedulian, bukan kekuatan atau keagresifan seperti sisi maskulinitas (Kusumawati, dkk., 2024). Dengan menggunakan kata "ibu", kandidat Paslon 1 dalam baliho ini memanfaatkan simbol feminim untuk menarik simpati masyarakat Jawa yang menghormati peran ibu sebagai penjaga stabilitas keluarga dan masyarakat. Namun, langkah seperti ini juga bisa mendorong pengkotak-kotakan kepemimpinan perempuan dalam kerangka peran tradisional.

Selain kata "Ibu", kata "*Bismillah*" dan "2 periode" dalam konteks data ini juga mewarnai makna dari aspek keagamaan juga stabilitas pemerintahan. Keagamaan bagi masyarakat Jawa sering dikaitkan dengan maskulinitas. Kultur patriarkial Jawa misalnya, seringkali menempatkan laki-laki sebagai tokoh yang mengendalikan ritual-ritual keagamaan. Namun demikian, kalimat ini secara eksplisit mengakui bahwa seorang perempuan (ibu) layak memimpin serta memperpanjang masa jabatannya; hal tersebut merupakan tanda pergeseran dari norma patriarkal di mana biasanya hanya laki-laki saja diizinkan untuk memimpin dan juga membentuk identitas baru bagi perempuan. Menurut Foucault dalam (Laurie, 2019) identitas subjek dibangun melalui diskursus atau wacana. Hal ini menguatkan penjelasan terhadap penggunaan kata "ibu" yang membentuk identifikasi subjek tersebut sebagai penjaga nilai tradisional. Sementara "2 periode" menegaskan keberlanjutan sistem politik periode sebelumnya dianggap stabil.

Sementara itu, pada kartu data (Data 4/Pas 1), memuat representasi dan peran gender, identitas keagamaan, diskursus dominan, dan identitas subjek di dalam bahasa baliho kampanye yang digunakan Paslon 1. Dari aspek representasi dan peran gender, dengan mengaitkan pilihan politik (coblos) dan simbol gender (jilbab), wacana dalam baliho ini memperkuat stereotip bahwa perempuan yang mengenakan penutup kepala, memiliki nilai-nilai tertentu yang sejalan dengan ideologi politik tertentu. Adapun dari peran gender, penekanan pada jilbab, memberi kontribusi pada normalisasi peran bagi perempuan dalam masyarakat, utamanya sebagai sosok yang patuh terhadap norma-norma agama.

ISSN: 2088-0316 | e-ISSN: 2685-0133
https://doi.org/10.37630/jpb.v15i1.2646

Dari aspek identitas keagamaan, Jilbab atau kerudung sering kali diasosiasikan dengan identitas Muslimah. Dalam konteks ini, penggunaan istilah "putih" menyimbolkan kesucian, kebersihan, atau bahkan kepatuhan terhadap norma-norma agama. Foucault dalam Hannan (2018) memberi penekanan bahwa dalam banyak budaya, warna putih sering kali diasosiasikan dengan kesucian, kebersihan, dan kemurnian. Kemudian dari kacamata diskursus dominansi, frasa "jilbab putih" mencerminkan bagaimana kekuasaan beroperasi melalui representasi gender dalam masyarakat. Adapun identitas subjek, menonjolkan sosok perempuan yang tidak hanya menjadi objek representasi tetapi juga subjek yang terlibat dalam proses subjektivasi, yaitu mereka dituntut untuk mengidentifikasi diri berdasarkan penampilan.

Berbeda dengan 3 data sebelumnya yang dominan menonjolkan representasi feminitas, data pada kartu (Data 5/Pas 1) sebaliknya, yakni menggunakan diksi yang menunjukkan maskulinitas. Data tersebut merupakan terjemahan dari kalimat "*Bolone Mase* Kabupaten Pekalongan Beriman." Frasa *Bolone Mase* atau yang dalam bahasa Jawa menjadi Temannya Mas X, merujuk pada suatu komunitas atau kelompok di Kabupaten Pekalongan. Dalam konteks ini, identitas kelompok tersebut dibentuk dan direpresentasikan secara praktis di masyarakat. Kemudian diksi Beriman menunjukkan nilai-nilai religius yang merepresentasikan kondisi masyarakat setempat. Menurut Foucault dalam Dhona (2019), representasi gender terkadang dipengaruhi oleh ajaran agama yang mengatur peran antara laki-laki dan perempuan. Misalnya, perempuan di tataran praksis masyarakat diharapkan senantiasa mematuhi norma agama dibanding laki-laki.

Representasi Gender Paslon 2

Berikut adalah tabel klasifikasi data baliho kampanye yang sudah diolah oleh peneliti.

Tabel 3. Data Representasi Gender Paslon 2

No.	Paslon 2
1.	Sudah Saatnya, **Temannya Mas Riswud** (Data 5/ Pas 2)

Gender pada data tabel 3 di atas direpresentasikan melalui diksi "Mas." Tidak seperti representasi gender pada data berkode (Data 5/Pas 1) yang merupakan substitusi dari tokoh lain, data ini merujuk ke salah satu kandidat atau paslon nomor urut 2 secara langsung. Hal ini mencerminkan dan memperkuat norma tradisional tentang maskulinitas pun kepemimpinan. Selanjutnya, frasa "Sudah Saatnya" menandakan adanya urgensi atau panggilan untuk perubahan.

Secara implisit, bahasa baliho dalam wacana kampanye ini mewakili pandangan patriarkal, yakni suara laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan. Dan jika ada harapan bahwa perubahan harus dipimpin oleh figur maskulin seperti Paslon 2, tentu berpotensi membatasi partisipasi aktif perempuan dalam proses perubahan sosial. Pandangan patriarkial demikian ini yang tampaknya mendorong Paslon 2 minim sekali memainkan isu terkait gender. Hal ini dikarenakan Paslon 2 lebih fokus pada isu lain, misalnya soal primordialisme pemimpin dan pemimpin yang tidak berasal dari daerah Kabupaten Pekalongan sendiri.

KESIMPULAN

Wacana politik atau yang dalam kajian ini diwujudkan melalui baliho kampanye Pilkada di Kabupaten Pekalongan menyingkap adanya muatan representasi gender berdasarkan perspektif Michel Foucault. Hasil kajian ini menunjukkan, konstruksi gender melalui media visual ternyata tidak hanya menjadi pengejawantahan stereotip yang umum di masyarakat, melainkan turut berfungsi sebagai alat pembentuk diskursus yang meregulasi norma, baik sosial maupun politik, kaitannya dengan peran kaum laki-laki dan perempuan di ruang publik. Melalui simbol dan narasi yang digunakan, baliho kampanye menjadi ruang di mana aktor politik memosisikan diri dalam struktur wacana kritis, Penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai bagaimana kekuasaan bekerja secara simbolik melalui representasi gender dalam konteks lokal. Dengan demikian, baliho kampanye dalam perspektif Foucault, tidak hanya menjadi media promosi politik belaka, tetapi sebagai arena untuk pertarungan wacana yang memperkuat atau menantang struktur dominasi gender yang berkembang di masyarakat. Melalui kajian kritis model Foucault yang berfokus pada aspek feminitas dan maskulinitas, riset ini mencoba memberi warna baru dalam memahami dinamika representasi gender serta implikasinya terhadap praktik kekuasaan dan identitas sosial di konteks lokal.

ISSN: 2088-0316 | e-ISSN: 2685-0133
https://doi.org/10.37630/jpb.v15i1.2646

Daftar Pustaka

Batik, R. K. (2024). DPT Pemilu 2024 Kabupaten Pekalongan. https://rkb.pekalongankota.go.id/berita20795-1-dpt-pemilu-2024-kabupaten-pekalongan-sebanyak-734636-pemilih.html

Demange, G., & Van der Straeten, K. (2020). Communicating on electoral platforms. Journal of Economic Behavior & Organization, 174, 402–419. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2017.03.006

Depi, S, & Malik, H. (2024). Desain Baliho Kampanye Mahyeldi - Audi Di Pilgub Sumbar 2020 Sekarang. Jushpen: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan, 3(1), 43.

Dhona, H. R. (2019). ANALISIS WACANA FOUCAULT DALAM STUDI KOMUNIKASI. Journal Communication Spectrum, 9(1), 189–208. https://doi.org/10.36782/jcs.v9i1.2026

Hannan, A.-. (2018). Agama, Kekerasan, dan Kontestasi Politik Elektoral: Penggunaan Simbol Keagamaan Kiai dan Kekuasaan Blater dalam Pertarungan Politik Lokal Madura. Jurnal Sosiologi Agama, 12(2), 187. https://doi.org/10.14421/jsa.2018.122-02

Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 109–118. https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519

Juandanilsyah. (2024). DINAMIKA STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBANGUN KESADARAN PUBLIK. Ganec Swara, 8(4), 1993–1999.

Kusumawati, K., Kusumaningsih, D., & Wicaksana, M. F. (2024). Representasi Perempuan dalam Pemberitaan Puan & Megawati di. 2(2), 313–325.

Laurie, Laufer. (2019). Michel Foucault: drôle de genre pour une psychanalyse?. Genre, sexualité & société, 21. https://doi.org/10.4000/gss.5461.

Mardiana, D. (2021). Analisis Wacana Model Michel Foucault Dalam Cerpen "Cinta Laki-Laki Biasa" Karya Asma Nadia. Lingua: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, XVII (1), 53–65.

Maulana, A., & Kristiana, N. (2020). Perancangan Desain Baliho Kampanye Pasangan Eri-Armuji Pada Pilkada Surabaya 2020. Jurnal Barik, 1(3), 114–126.

Mitrin, A., & Puta, N. D. D. (2024). Representasi Gender dalam Iklan Global: Studi Perbandingan Norma Budaya dan Praktik Media. 1(1), 7–13.

Sarino, S., Efendi, E., & Azhar, A. A. (2021). The General Election Commission (KPU) Communication Model in Increasing Voter Participation in the Election of the Governor of Sumut 2018 in Labuhanbatu Selatan District. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 4(2), 2306–2316. https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1928

Selfiani, S., Maman, M., & Usman, U. (2021). Pertarungan Simbolik Dalam Slogan Pilkada Sulawesi Selatan Tahun 2020: Suatu Tinjauan Analisis Wacana Kritis Pierre Boudieu. Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 17(2), 146–158. https://doi.org/10.25134/fon.v17i2.4430

Suwignyo, A. (2020). Rekayasa Bahasa dan Konstruksi Politik. 5415.