

---

## **Figur Si DoeL Dan Reduksi Simbol PDIP Terhadap Konstruksi Persepsi Pemilih Dalam Kemenangan Pramono Anung Dan Rano Karno di Pilkada Jakarta 2024**

**Bram Setiawan<sup>1</sup>, Hestiana Kiftia Sari<sup>2</sup>**

Department of Magister Communication, Paramadina University, Indonesia<sup>1-2</sup>

Email Korespondensi: [bram.setiawan@students.paramadina.ac.id](mailto:bram.setiawan@students.paramadina.ac.id), [hestiana.sari@students.paramadina.ac.id](mailto:hestiana.sari@students.paramadina.ac.id)

---

*Article received: 15 September 2025, Review process: 25 September 2025*

*Article Accepted: 10 Oktober 2025, Article published: 18 November 2025*

---

### **ABSTRACT**

Pramono Anung and Rano Karno have served as Governor and Deputy Governor of Jakarta for the 2025-2030 term. The victory of candidate pair number 03 in the 2024 Jakarta gubernatorial election has been highlighted due to the political communication strategy used by the winning team, which emphasized the figure of Si DoeL and reduced the symbols of the PDIP to influence voter perception. This is evident in the campaign attributes used, which did not include the color red or the bull symbol, which are the symbols of the PDI-P party. The author analyzes the winning team's deliberate emphasis on Si DoeL's figure and reduced the symbols of the PDIP. The author uses a qualitative method with a semiotic approach to examine the political communication strategy that strengthens the identity of Si DoeL, a fictional character in the Si DoeL Anak Sekolahan series (1994-2003) and the purpose of reducing the PDIP symbols. This report is supplemented by interviews with informants, namely Pramono-Rano voters.

**Keywords:** *Rano Karno, Si DoeL, PDIP*

### **ABSTRACT**

Pramono Anung and Rano Karno telah menjabat sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Jakarta masa jabatan 2025-2030. Kemenangan pasangan calon nomor 03 ini dalam Pilkada Jakarta 2024 mendapat sorotan karena strategi komunikasi politik yang digunakan oleh tim pemenangan yang menonjolkan figur Si DoeL dan mereduksi simbol-simbol PDIP untuk memengaruhi persepsi pemilih. Hal ini terlihat pada atribut kampanye yang digunakan, tidak ditemukan warna merah maupun lambang banteng yang merupakan simbol partai PDI-P. Penulis menganalisis tim pemenangan sengaja menaikan figur Si DoeL dan mereduksi simbol PDIP. Penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika untuk menelaah strategi komunikasi politik yang memperkuat identitas Si DoeL tokoh fiksi dalam serial Si DoeL Anak Sekolahan (1994-2003) dan tujuan reduksi simbol PDIP. Laporan ini dilengkapi hasil wawancara dengan para informan, yakni pemilih Pramono- Rano.

**Kata Kunci:** *Rano Karno, Si DoeL, PDIP, Pilkada Jakarta 2024.*

## PENDAHULUAN

Kemenangan Pramono Anung dan Rano Karno di Pemilihan Gubernur Jakarta 2024 menjadi sorotan karena strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan pasangan ini. Strategi yang akhirnya membawa hasil perolehan suara Pramono-Rano sebagai usungan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) ini melampaui dua pasangan kandidat lainnya yakni Ridwan Kamil-Suswono dan Dharma Pongrekun-Kun Wardana Abyoto. Pramono-Rano didukung PDIP, Hanura, dan Partai Ummat menghadapi Ridwan Kamil-Suswono yang diusung Koalisi Indonesia Maju (KIM) Plus yang di dalamnya terdapat 14 partai politik.

Sebelumnya, pasangan Ridwan Kamil-Suswono disorot dengan prediksi akan unggul di Pilkada Jakarta karena mendapat dukungan dari Prabowo Subianto dan Joko Widodo. Di atas kertas hasil Pemilihan Legislatif pada Februari 2024, KIM Plus menguasai kursi DPRD Jakarta sebanyak 91 kursi. Adapun partai pendukung Pramono-Rano hanya memiliki 15 kursi karena hanya didukung satu partai parlemen di DPRD DKI Jakarta yakni PDIP (*Katadata*, 5 Desember 2024). Jika diamati dari suara partai terbanyak di Jakarta, kemenangan Pramono-Rano menyita perhatian karena bukan PDIP yang unggul, tapi Partai Keadilan Sejahtera (PKS). PKS menyingkirkan dominasi PDIP sebagai partai politik peraih suara terbanyak di Jakarta. Keputusan KPU Jakarta Nomor 80 Tahun 2024 yang ditetapkan 27 Juli 2024 menunjukkan jumlah suara sah seluruh partai politik pada pemilu tersebut mencapai 6.065.121. PKS menjadi partai dengan suara terbanyak. PDIP menempati posisi kedua, dan Gerindra ketiga. Disusul NasDem dan Golkar yang berada di posisi empat dan lima. KPU Jakarta juga sudah menetapkan perolehan kursi dan calon terpilih DPRD Jakarta 2024-2019. Total ada 106 kursi yang diperebutkan. PKS menguasai 18 kursi, dan PDIP mendapat 15 kursi. Adapun perolehan suara partai politik Pemilu 2024 DPRD Jakarta, yakni PKS 1.012.044 dan PDIP 850.196 (*CNN Indonesia*, 26 Agustus 2024).

PKS sebagai partai dominan di Jakarta mendukung Ridwan Kamil-Suswono. Jika mengamati koalisi dan dominasi partai ini, Ridwan Kamil-Suswono cenderung lebih unggul secara dukungan partai politik dibandingkan Pramono-Rano. Akan tetapi, hasil akhir penghitungan dari kotak suara menunjukkan perbedaan dari prediksi mengenai keunggulan Ridwan Kamil-Suswono. Kendati Pramono dan Rano merupakan kader PDIP, namun tidak ada simbol partai tersebut yang digunakan pasangan ini selama masa kampanye. Salah satu contohnya saat Pramono-Rano kampanye besar-besaran di Stadion Madya Gelora Bung Karno, Jakarta Pusat, pada Sabtu, 23 November 2024. Saat itu massa pendukung pasangan tersebut membawa alat peraga kampanye, tapi tidak ada atribut partai. Tim pemenangan Pramono dan Rano sengaja mereduksi simbol PDIP sehingga atribut partai politik tak ada yang ditampilkan. Warna oranye yang ditonjolkan dalam kampanye tersebut.

Politikus PDIP Dwi Rio Sambodo mengatakan bahwa warna oranye yang mendominasi kampanye Pramono-Rano merupakan upaya mencerminkan Persija sebagai klub sepak bola kebanggaan Jakarta. Dwi mengatakan bahwa partai

koalisi sudah bersepakat untuk melebur bersama rakyat Jakarta. Menurut dia, partai adalah simbol rakyat. Kehadiran para pendukung Pramono-Rano di Senayan dalam kampanye terakhir tersebut dianggap oleh Dwi melambangkan antusiasme rakyat Jakarta tanpa perlu simbol-simbol dan menjadikan berkotak-kotak antargolongan (*Detik.com*, 2024).

Dengan memanfaatkan popularitas dan kedekatan emosional masyarakat terhadap karakter tersebut, maka strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan elektabilitas dan mendapat dukungan publik. Pola ini sejalan dengan Godin (2009) mengenai sapi ungu (*purple cow*) yang menyatakan bahwa untuk menonjol di antara orang lain, seseorang harus melakukan hal berbeda dan membuat sesuatu yang luar biasa. Rano Karno menggunakan nama Si Doel menarik perhatian publik dan membedakan dirinya dari kandidat lain (Ikhsan Rahmadi dan Muhammad Rifqi, 2025).

Penelitian ini menyorot dua hal dalam praktik komunikasi politik. Pertama mengenai figur Si Doel yang dekat dengan unsur budaya populer. Kedua mengenai simbol PDIP yang direduksi dalam kampanye di tingkat lokal. Kemenangan pasangan Pramono Anung dan Rano Karno memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana persepsi pemilih yang tidak mengorientasikan pilihan berdasarkan symbol kepartaian, melainkan narasi serta kedekatan ketokohan yang dimiliki kandidat.

Penelitian ini menganalisis elemen-elemen pendukung kemenangan pasangan Pramono-Rano yang tidak menonjolkan popularitas partai dapat memengaruhi persepsi pemilih. Penemuan dalam riset ini bertujuan untuk memahami bentuk-bentuk baru dari persepsi pemilih yang merupakan hasil dari strategi komunikasi di luar strategi umum yaitu penonjolan popularitas partai. Pertanyaan dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana persepsi pemilih terhadap kandidat Pramono-Rano.

Dalam konteks, komunikasi publik di Indonesia, simbol budaya populer memiliki daya resonansi yang kuat karena beroperasi melalui pengalaman kultural kolektif masyarakat. Widjanarko (2022) menjelaskan bahwa simbol dalam komunikasi politik tidak hanya berfungsi sebagai representasi visual, tetapi juga sebagai medium pembentukan makna bersama yang memengaruhi cara khalayak menafsirkan pesan. Oleh karena itu, figur Si Doel dapat dipahami sebagai simbol kultural yang memfasilitasi konvergensi makna antara kandidat dan pemilih. Purbaningrum (2021) juga menyatakan bahwa representasi figur publik dalam komunikasi politik kerap lebih menentukan pembentukan persepsi pemilih dibandingkan identitas institusional seperti partai politik. Ketika figur kandidat memiliki kedekatan simbolik dan kultural dengan masyarakat, persepsi publik cenderung dibangun berdasarkan narasi personal ketimbang afiliasi kepartaian.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika untuk memahami strategi komunikasi politik pasangan Pramono-Rano

melalui pembacaan simbol, tanda, dan konstruksi makna yang muncul dalam kampanye. Pemilihan metode kualitatif didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian ini membutuhkan pemahaman mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan interpretasi para pemilih, sehingga partisipan dan lokasi dipilih secara sengaja (purposeful selection) sesuai konteks penelitian. Data diperoleh melalui studi literatur serta wawancara langsung dengan enam informan yang mewakili ragam gender, latar pendidikan, dan pekerjaan, antara lain pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, pekerja sektor informal, pekerja kelas menengah, dan kurir keturunan Betawi. Sumber data primer berasal dari wawancara yang menggali persepsi informan mengenai figur Si Doel dan reduksi simbol PDIP, sedangkan data sekunder bersumber dari buku, jurnal akademik, pemberitaan media massa, dan konten digital. Wawancara dilaksanakan pada 27 Februari hingga 20 Maret 2025 serta dilengkapi dokumentasi foto dan transkrip untuk menjamin keabsahan data. Analisis dilakukan dengan menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes, yang mencakup pembacaan denotatif dan konotatif terhadap tanda visual maupun naratif kampanye untuk mengungkap bagaimana konstruksi makna tersebut memengaruhi persepsi pemilih.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Pendekatan Figur Si Doel*

Karakter Si Doel dalam serial *Si Doel Anak Sekolahan* telah lama melekat dalam ingatan masyarakat Jakarta. Dari hasil wawancara dengan sejumlah informan, terlihat bahwa keberadaan figur tokoh Si Doel memengaruhi pilihan politik mereka, khususnya dalam mendukung pasangan Pramono-Rano. Konteks ini dicermati melalui tinjauan teoretis konvergensi simbolik. Bormann menyatakan bahwa manusia adalah *symbol users* dalam arti bahwa manusia menggunakan simbol dalam komunikasi secara umum maupun dalam *storytelling* (Israwati Suryadi, 2010).

*“Saya suka akting Rano yang tidak dibuat-buat, saya pengen Rano seperti Doel yang memperjuangkan warga Jakarta. Saya pilih karena murni saya suka sama Doel.”* (Sri, ibu rumah tangga, pemilih Pramono-Rano, wawancara 27 Februari 2025).

Rano Karno sempat disorot media ketika berziarah ke makam Benyamin Sueb di TPU Karet Bivak, Tanah Abang, Jakarta Pusat, pada Minggu, 1 September 2024. Benyamin Sueb merupakan pemeran Babe Sabeni, ayahnya Doel dalam serial *Si Doel anak Sekolahan*. Di sana Rano Karno mengenang ucapan Benyamin Sueb saat memerankan Sabeni yang menginginkan Doel bisa menjadi gubernur (RRI, 2 September 2024).

Tindakan Rano Karno yang melakukan ziarah ke makam Benyamin Sueb, pemeran Babe Sabeni ayah Doel dalam serial tersebut memperkuat kesan publik terhadap dirinya. Dalam konteks teori konstruksi sosial, Dalam teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, manusia dipandang sebagai pencipta kenyataan sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana kenyataan objektif

memengaruhi kembali manusia melalui proses internalisasi yang mencerminkan kenyataan subjektif (Mei Candra Mahardika, 2022).

Informan lain menyatakan harapan agar karakter Doel tidak hanya sekadar peran, tetapi benar-benar tercermin dalam cara Rano Karno memimpin Jakarta. Makna seperti ini tidak berhenti di tingkat denotasi bahwa Rano adalah aktor tetapi bergerak ke tingkat konotasi ia dianggap mewakili nilai-nilai yang diperankan oleh Doel.

*“Saya melihat Rano Karno sosok yang paling pas untuk dipilih, karena sebagai Doel dia pasti akan memperjuangkan tanah Betawi (Jakarta) untuk lebih maju. Semoga benar terbawa dengan baik kepribadian yang ada di sinetron.”* (Aprilio Nico, pegawai swasta, pemilih Pramono-Rano, wawancara 28 Februari 2025).

Generasi muda dari kalangan Gen Z yang tidak mengalami masa tayang perdana *Si Doel* pun turut terpengaruh. Meskipun mereka mengenali karakter Doel hanya melalui tayangan ulang, nilai-nilai yang dibawa tokoh tersebut tetap menginspirasi pilihan politik mereka. Ini menunjukkan bahwa konstruksi sosial atas tokoh Doel masih relevan, dan ditransmisikan lintas generasi melalui lingkungan keluarga maupun media.

Dalam pendekatan semiotika Barthes, Doel menjadi tanda budaya yang berkembang maknanya. Rano Karno sebagai individu dibaca melalui simbol tersebut ia tidak hanya dilihat sebagai calon pemimpin, tetapi sebagai perwujudan karakter yang disukai masyarakat. Semiotika Barthes menghubungkan teks dengan struktur makro (mitos, ideologi) masyarakat. Adapun analisis mikro menyangkut pengalaman langsung dalam kehidupan sehari-hari masyarakat berhadapan dengan teks (Piliang, 2012).

*“Aku memilih Pak Rano sebagai Wakil Gubernur di Pilkada kemarin karena saya melihat mewakili kepribadian Si Doel untuk memajukan Jakarta. Di keluarga saya pun semua memilih Pramono-Rano karena suka dengan akting dan karakter Si Doel yang pintar dan pekerja keras.”* (Elsa Zaini, pelajar SMK Jakarta 1, pemilih Pramono-Rano, wawancara 27 Maret 2025).

Berdasarkan penemuan di atas bahwa persepsi publik terhadap Rano Karno dipengaruhi oleh narasi simbolik yang terbentuk melalui media, pengalaman kolektif, dan budaya populer. Figur Rano Karno sebagai Doel membentuk persepsi pemilih yang merujuk konvergensi simbolik bahwa makna sosial dibentuk bersama-sama. Reduksi simbol PDIP yang dibalut dengan figur Si Doel menjadi pesan politik yang kemudian dikonstruksi menjadi persepsi dalam kehidupan sosial bermasyarakat.

### ***Reduksi Simbol PDIP***

Dengan tidak menonjolkan simbol PDIP, pasangan Pramono-Rano berupaya memikat publik lewat figur Si Doel dan tampilan yang memperkuat identitas Betawi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa banyak pemilih pasangan

ini bukan pendukung PDIP, bahkan sebagian tidak memahami bahwa Pramono-Rano diusung oleh partai tersebut. Seluruh informan kategori pemilih yang diwawancara dalam penelitian ini tidak memilih PDIP dalam pemilu legislatif yang berlangsung pada Februari 2024.

*“Saya pemilih paslon Pramono-Rano di Pilkada, tapi saya justru tidak tahu jika Pramono-Rano diusung oleh PDIP, karena yang saya lihat di sepanjang poster atau spanduk di jalan saya tidak menemukan logo banteng dan warna merah seperti ciri khas PDIP. Saya sendiri waktu pemilu Februari memilihnya Gerindra, tapi saya kurang sama Ridwan Kamil soalnya dia Persib sih, mendingan Si Doel spanduknya saja banyak warna oranye seperti Persija,”* (Sri, ibu rumah tangga, informan warga Jakarta pemilih Pramono-Rano, wawancara 27 Februari 2025).

Pada Pemilu Legislatif 2024, PDIP kalah peringkat dari PKS yang mendominasi suara warga Jakarta. Informan lain juga menyatakan tidak mengetahui bahwa Pramono-Rano diusung oleh PDIP. Keunggulan yang membuat informan memutuskan untuk mendukung pasangan ini juga disebabkan oleh tampilan visual Pramono-Rano, poster dan spanduk yang beredar dianggap informan lebih menarik dan berbeda dengan yang ditampilkan oleh kandidat lainnya yang dianggap monoton. Adapun visual atribut kampanye yang beredar lebih banyak menampilkan Pramono-Rano dengan unsur budaya Betawi, silat, maupun berlari ala film *action* dengan *tagline* andalan ‘*Jakarta Menyala*’.

*“Mungkin saya yang kurang teliti, tapi saya hampir tidak menemukan lambang banteng khas PDIP di spanduk atau poster. Beberapa poster justru terlihat warna oranye sebagai background sehingga saya berpikir bahwa Pramono-Rano pro terhadap klub kesayangan warga Jakarta, Persija. Saya sendiri bukan pemilih PDIP di pemilu legislatif sebelumnya”* (Medale Chesar, mahasiswa Unindra, informan warga Jakarta pemilih Pramono-Rano, wawancara 27 Februari 2025).

Narasi dan penggunaan *tagline* terkait PDIP juga direduksi. Penulis juga mengamati strategi PDIP tidak menonjolkan pimpinan mereka, Megawati Soekarnoputri selama kampanye Pramono-Rano.

*“Tidak terlihat jelas bahkan hampir tidak ada atribut PDIP maupun warna khas PDIP yang ditonjolkan selama masa kampanye”*, (Aprilio Nico, pegawai swasta, informan, warga Jakarta pemilih Pramono-Rano, wawancara 27 Februari 2025).

### ***Persepsi Pemilih terhadap Pramono dan Rano***

Persepsi memengaruhi orang untuk menentukan pilihan politik mereka terhadap kandidat. Salah satu ciri komunikasi bahwa orang jarang dapat menghindar dari keturutsertaan. Menurut sosiolog J.D. Halloran bahwa situasi tempat komunikasi bermula, berkembang, dan berlangsung menerus adalah situasi sosial. Hubungan antara komunikator dan khalayak adalah bagian integral dari sistem sosial ini (Dan Nimmo, 1989: 30-31).

Adapun persepsi pemilih dapat dijelaskan sebagai respons atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu yang saling berinteraksi. Persepsi jika merujuk arti dari Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Arti lainnya, persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya. Meskipun karakter Si Doel dalam serial merupakan hasil dari skenario yang bukan dalam kenyataan, tapi mampu memengaruhi persepsi publik yang tidak menyukai PDIP mau mendukung pasangan ini. Faktor personal kandidat lebih dominan dibandingkan partai pendukung dalam menentukan pilihan di kotak suara.

*“Saya lebih kenal dengan si Doel ketimbang Pramono, bahkan saya maunya justru Rano saja yang jadi gubernur, Pramono yang jadi wakil. Soal PDIP walaupun Pramono-Rano terpilih, tapi pandangan saya terhadap PDIP tidak berubah, saya tetap tidak suka dengan PDIP.”* (M. Rohman, kurir, informan warga Jakarta pemilih Pramono-Rano wawancara 28 Februari 2025).

Komentar senada juga disampaikan oleh informan lainnya yang merujuk popularitas dan citra kandidat. Partai pengusung bukan pertimbangan untuk membentuk persepsi pemilih

*“Saya tidak tahu mengenai visi-misi maupun janji kampanye Pramono-Rano saya juga tidak mempelajari kandidat yang lain. Alasan saya memilih Pramono-Rano ya karena si Doel saya tidak punya alasan lain. Saya juga tidak tahu sepak terjang politik Pak Pramono, yang saya tahu si Doel pernah jadi Wakil Gubernur Banten, sudah hanya itu. Kalau tentang PDIP sebagai partai pengusung walaupun akhirnya saya tahu, tapi tidak menggoyahkan keputusan saya mendukung Bang Doel. Walaupun waktu pemilu saya tidak coblos PDIP (Heru, tukang parkir, informan warga Jakarta pemilih Pramono-Rano, wawancara 28 Februari 2025).*

Berbeda dengan dua informan tersebut, Aprilio sebagai warga Jakarta merasa dekat dengan karakter Si Doel mau memilih Pramono-Rano tidak semata-mata pengaruh tontonan. Akan tetapi, ia juga menyukai karier politik Pramono dan terpikat dengan program kerja serta janji politik yang dinilai realistik dan masuk akal.

*“Keunggulan paslon ini terlalu terlalu banyak, namun janji kampanye mereka paling masuk akal. Terutama janji mereka untuk memajukan Persija, karena saya pendukung Persija jadi perlu saya dukung.”* (Aprilio Nico, pegawai swasta, informan, warga Jakarta pemilih Pramono-Rano, wawancara 27 Februari 2025).

## SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, sosok di Doel telah berhasil memperluas jejaring basis pemilih melalui tingkat popularitas yang sangat signifikan. Walaupun serial ini sudah berakhir pada 2003, tapi kepopuleran Doel tak hilang dari ingatan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa banyak pemilih pasangan ini bukan pendukung PDIP, bahkan sebagian

tidak memahami bahwa Pramono-Rano diusung oleh partai tersebut. Meskipun demikian, upaya mereduksi simbol PDIP terbukti telah membuat Pramono-Rano diterima oleh publik. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya melakukan penelitian kuantitatif di wilayah yang Pramono Anung dan Rano Karno mendapat suara terbanyak. Rekomendasi ini untuk mengukur faktor-faktor yang dominan memengaruhi persepsi pemilih dan menetapkan pilihan saat kontestasi kandidat dan faktor-faktor yang unggul. Dengan demikian maka akan ada kontribusi dalam kajian komunikasi politik dari pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Tersusunnya jurnal ini tidak lepas dari peran besar Bapak Prof. Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si. dalam membimbing serta mengarahkan kami. Kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas ilmu, arahan dan saran Bapak dalam menyempurnakan penelitian ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Antaranews. (2024). *PKS tegaskan sikap dukung Ridwan Kamil di Pilgub DKI Jakarta*. Antaranews.com. <https://banten.antaranews.com/berita/294815/pks-tegaskan-sikap-dukung-ridwan-kamil-di-pilgub-dki-jakarta>
- Antaranews. (2024). *Rano Karno boleh pakai nama "Si Doel" saat kampanye dan kertas suara*. Antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/4350419/rano-karno-boleh-pakai-nama-si-doel-saat-kampanye-dan-kertas-suara>
- Antaranews. (2024). *Survei sebut elektabilitas Ridwan Kamil-Suswono capai 47,8 persen*. Antaranews.com. <https://www.antaranews.com/berita/4430061/survei-sebut-elektabilitas-ridwan-kamilsuswono-capai-478-persen>
- Barker, C. (2014). *Kamus kajian budaya*. PT Kanisius.
- Barthes, R. (2012). *Elemen-elemen semiotika*. IRCiSOD.
- CNN Indonesia. (2024). *KPU umumkan jatah kursi DPRD Jakarta: PKS terbanyak 18 kursi, PDIP 15*. Cnnindonesia.com. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240823123123-32-1136628/kpu-umumkan-jatah-kursi-dprd-jakarta-pks-terbanyak-18-kursi-pdip-15>
- CNN Indonesia. (2017). *Kekalahan Rano Karno dan kembalinya dinasti politik Banten*. Cnnindonesia.com. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170405142526-32-205143/kekalahan-rano-karno-dan-kembalinya-dinasti-politik-banten>
- Creswell, J. W. (2024). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (4th ed.). Pustaka Belajar.
- Detik.com. (2024). *Kampanye Pram-Rano tanpa atribut parpol, politikus PDIP: Oranye warna Jakarta*. <https://news.detik.com/pilkada/d-7653538/kampanye-pram-rano-tanpa-atribut-parpol-politikus-pdip-oranye-warna-jakarta>
- Katadata.co.id. (2024). *Infografik: Kejutan kemenangan Pramono-Rano di Pilkada Jakarta*. <https://katadata.co.id/infografik/6751078864cbf/infografik-kejutan-kemenangan-pramono-rano-di-pilkada-jakarta>
- Kompas.com. (2024). *Rano Karno akan kerahkan pemain dan kru "Si Doel" untuk kampanye Pilkada Jakarta*.

- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Mahardika, M. C. (2022). *Sosiologi komunikasi: Teori dan praktik dalam masyarakat*. Efudepress. f
- Moleong, L. J. (2014). *Metode penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213–226.
- Pink, S. (2001). *Doing visual ethnography*. Sage Publications.
- Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan hipersemiotika*. Matahari.
- Purbaningrum, D. (2023). Representasi dan makna simbol dalam komunikasi publik. Dalam P. Widjanarko, D. Purbaningrum, J. Alfiah, & E. Hutapea (Eds.), *Ragam nuansa literasi media*. Jakarta: Rekacipta Proxy Media
- Rahmadi, I. M. R. (2025). "Si Doel" dalam kontestasi Pilkada Jakarta: Strategi dan makna simbolik. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 705–712.
- RRI. (2024). *Tak kuasa tahan tangis, Rano kenang ucapan Benyamin Sueb*.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tempo. (2024). *KPU tetapkan hasil perolehan suara, Pramono-Rano unggul di Pilkada Jakarta*. Tempo.co. <https://www.tempo.co/politik/kpu-tetapkan-hasil-perolehan-suara-pramono-rano-unggul-di-pilkada-jakarta-1178656>
- Widjanarko, P. (2022). *Literasi media dan pembentukan makna dalam ruang public*. Jakarta: Prenadamedia Group