



MUTIARA: ELEMEN JENAMA DALAM MASKOT PILKADA KOTA MATARAM

Hasbullah^{1*}, I Wayan Swandi², I Nyoman Yoga Sumadewa³

^{1,3}Universitas Bumigora

²Institut Seni Indonesia Denpasar

KATA KUNCI

Mutiara
Maskot
Pilkada Mataram

KEYWORDS

Pearl
Mascot
Mataram Regional
Election

INFORMASI ARTIKEL

Halaman 208-217



@2024 Penulis.
Dipublikasikan oleh
Pusat Penerbitan
LP2MPP Institut Seni
Indonesia Denpasar. Ini
adalah artikel akses
terbuka di bawah [CC-BY-NC-SA](#)

ABSTRAK

Pilkada Kota Mataram memerlukan pendekatan yang inovatif dalam komunikasi visual untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat. *Mutiara*, maskot yang dirancang khusus untuk Pilkada Kota Mataram, hadir sebagai simbol yang menggambarkan keindahan, ketulusan, dan nilai-nilai demokrasi yang diusung dalam proses pemilihan kepala daerah. Akan tetapi, bagaimana peran Mutiara sebagai penguat identitas pilkada kota Mataram. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji peran simbol Mutiara dalam maskot pilkada Kota Mataram tahun 2024. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan berlandaskan teori semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini mengungkap peran simbol Mutiara dalam maskot pilkada Kota Mataram tahun 2024, sebagai kekuatan budaya lokal yang indah serta ketulusan Masyarakat dalam mensukseskan pesta demokrasi yang diselenggarakan lima tahunan. Implikasi hasil penelitian ini sebagai refrensi teoritik dalam memahami penguat identitas jenama pilkada.

ABSTRACT

The Mataram City Pilkada requires an innovative approach in visual communication to increase community involvement. Pearl, a mascot specially designed for the Mataram City Pilkada, is present as a symbol that depicts the beauty, sincerity and democratic values promoted in the regional head election process. However, what is Pearl role as strengthening the identity of the Mataram city regional elections. The aim of this research is to examine the role of the Pearl symbol in the 2024 Mataram City regional election mascot. The method used is descriptive qualitative based on Roland Barthes' semiotic theory. The results of this research reveal the role of the Mutiara symbol in the mascot for the 2024 Mataram City regional elections, as a beautiful local cultural force and the sincerity of the community in making the five-yearly democratic festival a success. The implications of the results of this research are as a theoretical reference in understanding the strengthening of regional election brand identity.

1. PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) Kota Mataram merupakan momen penting bagi masyarakat untuk menentukan arah pembangunan kota. Sebagai bagian dari upaya meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat, strategi komunikasi visual yang efektif diperlukan untuk menjembatani

*E-mail korespondensi hasbullah@universitasbumigora.com

pesan-pesan Pilkada dengan masyarakat dari berbagai latar belakang. Maskot Mutiara hadir sebagai simbol yang diharapkan mampu memadukan elemen estetika dan nilai-nilai budaya Kota Mataram, memberikan citra yang bersahabat, akrab, dan mencerminkan aspirasi warga. Maskot Mutiara, maskot resmi Kota Mataram, dirancang dengan cermat untuk mewujudkan identitas estetika dan budaya kota yang unik. Sebagai simbol diharapkan dapat memadukan secara harmonis unsur seni dan nilai budaya yang menjadi ciri khas Mataram, sehingga memunculkan citra yang ramah, akrab, dan mencerminkan aspirasi masyarakat setempat. Penciptaan Maskot yang menerapkan elemen Mutiara dapat dipahami dalam konteks ideologi nasional Indonesia, Pancasila, yang berakar kuat pada warisan budaya negara. Desain maskot kemungkinan besar dipengaruhi oleh bahasa simbolik dan filosofi yang melekat dalam seni tradisional Indonesia, seperti batik dan kerajinan kayu. Bentuk ekspresi ini telah lama berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pandangan dunia dan sistem kepercayaan masyarakat lokal, sering kali menampilkan motif dan komposisi rumit yang mewakili lingkungan alam, siklus kehidupan, dan keterhubungan segala sesuatu [1] [2].

Motto “Kota Mataram Maju, Religius dan Berbudaya” mencerminkan aspirasi dan nilai-nilai yang ingin dijunjung tinggi oleh pemerintah kota dan masyarakatnya [1].Motto ini berfungsi sebagai prinsip panduan, yang membentuk perkembangan kota dan cara penduduknya berinteraksi dengan warisan budaya mereka [1]. Sebagai simbol, Maskot Mutiara diharapkan dapat mewujudkan cita-cita tersebut, menumbuhkan rasa bangga dan memiliki di kalangan warga Mataram. Nama Mutiara tidak hanya dipilih karena keindahannya tetapi juga karena nilai simbolisnya sebagai "permata" dari kota Mataram yang mencerminkan harapan, kebersamaan, dan kepercayaan diri. Mutiara merupakan interpretasi dari kekayaan alam dan budaya lokal, menggambarkan aspirasi masyarakat Mataram yang beragam namun bersatu dalam semangat demokrasi dan kesejahteraan. Dengan desain yang menyelipkan elemen-elemen khas Kota Mataram, maskot ini diharapkan dapat menarik perhatian sekaligus membangkitkan kebanggaan akan identitas lokal. Namun, bagaimana peranan Mutiara sebagai elemen penguat identitas peste demokrasi lokal khususnya di kota Mataram.

Mutiara menjadi elemen jenama yang berfungsi lebih dari sekadar visual Pilkada, melainkan juga sebagai media untuk mendekatkan masyarakat dengan proses demokrasi. Melalui pendekatan yang mengedepankan karakter lokal, maskot ini diharapkan dapat menciptakan keterikatan emosional antara masyarakat dan Pilkada. Keberadaan Mutiara di ruang publik diharapkan membangun kesadaran kolektif akan pentingnya partisipasi dalam Pilkada, sehingga tidak hanya menjadi simbol visual tetapi juga medium komunikasi yang mendorong keterlibatan aktif. Perancangan dan pengembangan Maskot Mutiara kemungkinan besar memanfaatkan berbagai metodologi dan pendekatan, seperti metode Vilamil-Molina untuk pengembangan multimedia, yang meliputi tahapan konsep, perencanaan, pengembangan, dan pengujian [3]. Penggabungan alat-alat digital, seperti Blender dan Photoshop, dalam proses pembuatannya semakin mempertegas sifat kontemporer Maskot Mutiara, dengan tetap melestarikan esensi budaya yang menjadi ciri kota Mataram [3]. Upaya meningkatkan pemahaman dan apresiasi masyarakat terhadap Maskot Mutiara, penting untuk memperhatikan prinsip-prinsip dalam perancangan identitas visual untuk fasilitas publik. Keterlibatan budaya masyarakat lokal dalam proses perancangan dapat membangun rasa memiliki dan keterikatan yang lebih kuat terhadap simbol-simbol yang mewakili identitas komunitas

mereka [4]. Simbol yang digunakan dalam media maskot dapat menarik Masyarakat Kota Mataram untuk lebih peduli terhadap suksesnya penyelenggaraan pilkada di Kota tersebut.

Mutiara berperan sebagai elemen jenama Pilkada Kota Mataram yang membawa nilai edukatif, inspiratif, dan komunikatif, menegaskan bahwa Pilkada adalah milik semua lapisan masyarakat. Dengan demikian, Maskot Mutiara bukan hanya sekedar ikon visual, tapi juga medium yang memediasi hubungan antara pemerintah kota dengan warganya, sehingga masyarakat dapat merasa terlibat dan memiliki proses demokrasi di Kota Mataram. pesta demokrasi di Kota Mataram, memvisualisasikan nilai-nilai yang ingin dipromosikan, dan membangun hubungan sinergis antara pemerintah dan masyarakat [1]. Hubungan masyarakat mataram dengan pemerintah kota sangat dekat, karena berkaitan dengan identitas kelokalanya.

Maskot pilkada Kota Mataram tahun 2024 yang menggunakan elemen Mutiara sebagai salah satu kode jenama, sangat penting dikaji. Elemen Mutiara dalam Maskot tersebut memberikan sentuhan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal yang kuat, serta memperkuat kedekatan masyarakat Mataram dengan proses demokrasi di daerahnya. Elemen Mutiara dalam maskot Pilkada Kota Mataram dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal yang kuat, memberikan identitas khas dan kedekatan emosional dengan masyarakat setempat. Sebagai simbol yang berakar dari kekayaan laut dan budaya nusantara, mutiara memiliki makna yang mendalam sebagai perwujudan keindahan, keunggulan, dan keaslian, sekaligus menggambarkan harapan akan masa depan yang makmur. Dalam konteks maskot Pilkada, elemen Mutiara menjadi metafora dari “permata” Mataram, mengedepankan semangat kesatuan, kemakmuran, dan aspirasi bersama.

Nilai-nilai budaya Mataram disematkan dalam desain maskot melalui bentuk, warna, dan atribut visual yang menggambarkan kekayaan tradisi lokal. Desain maskot ini mungkin memasukkan corak batik khas Lombok, warna-warna alami yang mewakili alam pulau, atau bentuk yang terinspirasi dari arsitektur dan kerajinan tradisional. Elemen ini menjadikan Mutiara sebagai representasi budaya yang tidak hanya menampilkan estetika lokal tetapi juga memperlihatkan kearifan dan kebijaksanaan masyarakat Mataram yang menjaga tradisi dan lingkungan mereka dengan baik. Elemen Mutiara dalam maskot diharapkan dapat menjadi jembatan yang mempersatukan pemerintah dan masyarakat, serta membangkitkan antusias dan partisipasi warga dalam Pilkada mendatang.

Sentuhan nilai budaya dan kearifan lokal ini memberikan maskot Mutiara sebuah peran unik sebagai duta yang memperkuat identitas dan kebanggaan masyarakat Mataram terhadap warisan budaya mereka. Hal ini sekaligus mendorong keterlibatan publik yang lebih besar dalam Pilkada, mengingat maskot ini tidak hanya berfungsi sebagai ikon visual, tetapi juga sebagai pengingat akan pentingnya partisipasi dalam membangun Mataram yang harmonis dan sejahtera sesuai nilai-nilai luhur daerah.

2. METODE

Metode kualitatif deskriptif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran rinci dan mendalam mengenai fenomena atau masalah yang sedang diteliti. Berbeda dengan metode kuantitatif yang berfokus pada angka dan statistik, metode ini mengeksplorasi pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks, pengalaman, dan persepsi yang berkaitan

dengan objek penelitian. Peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh wawasan yang kaya mengenai latar belakang, karakteristik, serta dinamika fenomena yang kompleks. Penelitian kualitatif telah muncul sebagai alat yang ampuh untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena kompleks secara mendalam [5]. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang berfokus pada data numerik dan analisis statistik, penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh dan holistik terhadap pokok bahasan dengan mengkajinya dari sudut pandang individu yang mengalaminya.

Salah satu pendekatan penelitian kualitatif adalah penelitian kualitatif deskriptif, yang berupaya menawarkan penjelasan rinci dan mendalam tentang fenomena atau masalah tertentu [6][7]. Metode ini sangat berguna ketika pengetahuan yang ada tentang suatu topik terbatas, atau ketika tujuannya adalah untuk memahami nuansa dan kompleksitas situasi tertentu [7]. Pendekatan kualitatif deskriptif dicirikan oleh penekanannya pada pengalaman hidup para partisipan, sehingga memungkinkan eksplorasi lebih dalam mengenai makna dan signifikansi yang mereka berikan terhadap fenomena yang diselidiki [6][7]. Para peneliti yang menggunakan metode ini sering menggunakan metode seperti wawancara intensif, kelompok fokus, dan observasi terperinci untuk mengumpulkan data yang kaya dan kontekstual yang dapat menjelaskan berbagai komponen dan hubungan dalam fenomena tersebut. Dengan menggali perspektif subjektif dari pihak-pihak yang terlibat, penelitian kualitatif deskriptif dapat memberikan pemahaman yang komprehensif dan kontekstual terhadap fenomena tersebut.

Teori Semiotika Roland Barthes, Roland Barthes adalah seorang teoretikus sastra, filosof, dan semiotikus asal Prancis yang memiliki kontribusi besar terhadap pengembangan teori semiotika. Dalam karya-karyanya, terutama dalam buku "Mythologies" (1957) dan "Elements of Semiology" (1964), Barthes mengembangkan beberapa konsep penting dalam analisis semiotik. Roland Barthes, ahli teori dan semiotika sastra Prancis yang terkenal, telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang semiotika, menawarkan perspektif unik dalam studi tentang tanda dan makna yang mendasarinya. Dalam analisisnya, Barthes menekankan pentingnya bahasa sebagai sistem komunikasi yang sentral dan berpengaruh, serta menggarisbawahi kapasitasnya untuk membentuk dan menyampaikan makna [8][9]. Konsep Barthes tentang "teks" sangat penting karena ia memandangnya sebagai konstruksi multidimensi yang melampaui batas-batas kata-kata tertulis [9]. Pentingnya elemen linguistik dan visual dalam konstruksi makna, menyoroti cara komponen-komponen ini berinteraksi dan memberi informasi satu sama lain. Gagasan Barthes tentang "kematian pengarang" lebih jauh menantang analisis sastra tradisional, dengan menyatakan bahwa penafsiran sebuah teks tidak boleh semata-mata bergantung pada maksud pengarang, melainkan pada keterlibatan dan pemahaman pembaca sendiri [9]. Barthes mengembangkan konsep "mitos" untuk menggambarkan bagaimana budaya massa membentuk makna melalui tanda-tanda yang disebarkan dalam masyarakat. Menurut Barthes, mitos adalah bentuk kedua dari tanda, di mana suatu tanda (misalnya, gambar atau kata) memperoleh makna tambahan dalam konteks sosial atau budaya tertentu.

Barthes membedakan dua jenis lapisan makna. Denotasi, yaitu makna literal atau langsung dari tanda. Konotasi, yaitu makna yang lebih dalam dan lebih bersifat kultural atau ideologis, yang

terbentuk melalui asosiasi dengan nilai-nilai, kepercayaan, atau kekuatan sosial tertentu. Misalnya, mobil bisa menjadi simbol status sosial dalam konteks tertentu.

Karya Barthes yang berpengaruh juga memperkenalkan konsep "mitos", yang ia definisikan sebagai sistem semiologis sekunder yang mengubah fenomena sejarah dan budaya menjadi keyakinan yang masuk akal dan alami [10]. Perspektif ini menyoroti cara ideologi dominan diabadikan dan diperkuat melalui berbagai cara representasi, termasuk periklanan, media, dan budaya populer [11]. Barthes menguraikan cara analisis teks sastra dengan menggunakan pendekatan semiotik, memperkenalkan konsep "kodifikasi" teks di mana elemen-elemen dalam teks membentuk lapisan-lapisan makna yang saling berinteraksi. Teks dianggap sebagai jaringan tanda yang saling berhubungan, dan bukan sekadar sebagai representasi dari realitas. Teori semiotika Roland Barthes menekankan bahwa makna bukanlah sesuatu yang stabil atau tetap, melainkan terbentuk melalui hubungan sosial, budaya, dan ideologis. Dengan menganalisis tanda-tanda dalam budaya, Barthes dapat mengungkap cara-cara budaya membentuk pemahaman kita tentang dunia dan bagaimana kekuasaan beroperasi melalui representasi dan komunikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Maskot Pilkada Kota Mataram tahun 2024 belum banyak dipublikasikan secara luas. Maskot Pilkada biasanya dirancang untuk menyimbolkan semangat demokrasi, keterlibatan warga, serta memperkenalkan nilai-nilai tertentu yang ingin disampaikan dalam pelaksanaan pilkada tersebut.



Gambar 1. Maskot Pilkada Kota Mataram tahun 2024

Sumber: KPU Kota Mataram 2024

Mutiara air tawar di Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat (NTB), dikenal sebagai produk unggulan dari daerah tersebut. Mataram dan beberapa daerah di sekitar Lombok telah lama dikenal sebagai pusat budidaya mutiara air tawar di Indonesia. Mutiara air tawar yang dihasilkan di sini memiliki kualitas yang sangat baik dan menjadi komoditas ekspor yang bernilai. Mutiara menjadi bagian elemen dalam maskot pilkada Kota Mataram tahun 2024. Mutiara diposisikan sebagai produk unggulan di Kota Mataram yang memiliki simbol nilai-nilai budaya kota tersebut. Kota Mataram, ibu kota provinsi Nusa Tenggara Barat, adalah rumah bagi beragam tradisi dan warisan budaya. Mutiara, sebuah produk lokal, telah diposisikan sebagai simbol identitas budaya kota, mewakili kekayaan lanskap sosio-kultural kota tersebut [12]. Penduduk kota ini terdiri dari campuran kelompok etnis yang heterogen, termasuk Melayu, Batak, Minang, dan Jawa, yang berkontribusi terhadap struktur budaya unik wilayah tersebut. Batik, warisan budaya Indonesia yang terkenal, adalah salah satu contoh bagaimana bentuk seni lokal dapat dimanfaatkan untuk menampilkan identitas sebuah kota. Demikian pula Mutiara, dengan desain rumit dan makna budaya yang berakar, telah menjadi produk



andalan yang mewakili nilai-nilai dan warisan Kota Mataram.

Gambar 2. Elemen Mutiara dalam maskot pilkada Kota Mataram

Sumber: Hasbullah, 2024

Elemen mutiara dalam maskot Pilkada Kota Mataram bisa menjadi simbol yang sangat kuat, karena mutiara merupakan salah satu komoditas unggulan yang mewakili kekayaan dan keunikan daerah tersebut, terutama di Mataram dan Lombok yang terkenal dengan industri budidaya mutiara air tawar. Mutiara sering kali melambangkan keindahan, kualitas tinggi, dan nilai ekonomi yang besar, sehingga memasukkan elemen mutiara dalam maskot Pilkada Kota Mataram dapat membawa beberapa makna simbolis yang relevan dengan semangat demokrasi dan proses pemilihan umum.

3.2 Pembahasan

Elemen jenama (*branding*) dalam maskot Pilkada Kota Mataram dapat memainkan peran yang sangat penting dalam membangun identitas visual yang mudah dikenali, serta mengkomunikasikan pesan-pesan positif tentang pilkada itu sendiri. Elemen jenama (*branding*) yang terkait dengan produk Mutiara dapat menjadi salah satu strategi untuk mempromosikan identitas dan warisan budaya Kota Mataram [12]. Nilai-nilai budaya yang terkandung dalam produk Mutiara, Kota Mataram dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi budaya yang unik dan menarik bagi pengunjung. Jenama dalam konteks ini mengacu pada citra atau identitas yang ingin dibentuk melalui desain maskot, termasuk logo, warna, dan simbol-simbol yang menghubungkan pemilihan umum dengan identitas

Kota Mataram. Identitas pilkada Kota Mataram yang mengangkat tentang kemegahan tugu Mataram Metro sebagai kekuatan *city branding* Kota dan memperkuat motto “Mataram maju, Religius dan Berbudaya”.

- Denotasi

Bentuk Mutiara yang masih berada dalam kerang dapat menggambarkan proses yang sedang berlangsung, mirip dengan bagaimana pilkada itu sendiri adalah proses yang sedang dikembangkan, melalui berbagai tahapan, seperti kampanye, pemungutan suara, dan penghitungan hasil. Seperti mutiara yang terbentuk secara alami di dalam kerang, pilkada juga melalui proses yang panjang dan membutuhkan kesabaran, ketelitian, dan kerja keras untuk menghasilkan pemimpin yang terbaik bagi masyarakat. Ibarat mutiara yang terbentuk secara alami di dalam tiram, pemilukada juga menjalani proses panjang yang membutuhkan kesabaran, perhatian terhadap detail, dan kerja keras untuk menghasilkan pemimpin terbaik bagi masyarakat [13]. Seperti halnya penciptaan mutiara yang membutuhkan proses yang lambat dan teliti, pemilihan pemimpin daerah melalui pemilu merupakan upaya yang memiliki banyak aspek dan menuntut dedikasi yang tak tergoyahkan dari semua pihak yang terlibat [14]. Salah satu peran penting pemilu adalah untuk menegakkan nilai-nilai fundamental demokrasi, baik dengan meminta pertanggungjawaban politisi maupun dengan menyediakan sarana untuk mengidentifikasi siapa saja yang layak untuk menjabat. Jalan menuju legitimasi politik dapat dipahami sebagai sebuah perjalanan melalui serangkaian “pintu gerbang” dan “ritual” yang, jika berhasil dijalani, akan memberikan otoritas politik kepada “pemenang”. Masyarakat, pers, dan elit politik memainkan peran penting dalam proses pemberian legitimasi kepada pemimpin terpilih.

Negara-negara demokrasi dengan jumlah pemilih yang besar, kendali atas pemilihan kepemimpinan dibagi antara mereka yang sudah menjadi pemimpin dan mereka yang mungkin tidak pernah menjadi pemimpin. Kriteria kelayakan untuk menduduki jabatan politik ditentukan oleh badan pemilu yang memiliki pemahaman terbatas terhadap tuntutan pelayanan publik dan hanya memiliki koneksi yang lemah dengan dunia politik. Kompleksitas ini menggarisbawahi perlunya pendekatan yang bijaksana dan hati-hati dalam memilih pemimpin daerah.

- Konotasi

Secara konotasi, visual mutiara dalam branding Pilkada Kota Mataram dapat membawa beberapa makna dan asosiasi positif yang khas untuk wilayah ini. *Branding* Pilkada Kota Mataram menonjolkan penggunaan citra mutiara yang dapat membawa beberapa asosiasi positif dan khas bagi daerah tersebut. Secara visual, mutiara sering dilihat sebagai simbol kemurnian, keanggunan, dan nilai, dan konotasi ini dapat dimanfaatkan secara efektif dalam konteks kampanye politik untuk membangkitkan rasa gengsi, kehalusan, dan identitas unik daerah setempat. Dari sudut pandang budaya, mutiara telah lama dihormati kalangan masyarakat sebagai batu permata yang berharga, karena kelangkaan dan keindahan alamnya memberikan aura eksklusivitas dan status sosial yang tinggi. Dalam kasus branding Pilkada Kota Mataram, penyertaan citra mutiara dapat berfungsi untuk memosisikan kota ini sebagai tempat yang diinginkan dan aspiratif, yang mewujudkan kualitas seperti kecanggihan, kemakmuran, dan kebanggaan masyarakat.

Selain itu, penggunaan simbolisme mutiara dalam branding tersebut juga dapat dimaknai sebagai upaya strategis untuk menumbuhkan rasa percaya dan kredibilitas di kalangan pemilih. Pencitraan merek politik, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian, dapat bertindak sebagai perangkat heuristik atau jalan pintas informasi, yang memungkinkan warga negara dengan pengetahuan politik terbatas untuk terlibat secara lebih efektif dalam proses pemilu [15]. Mengasosiasikan merek Kota Mataram dengan atribut positif dari mutiara, kampanye ini mungkin berupaya untuk memanfaatkan asosiasi budaya yang mengakar dan memperkuat persepsi legitimasi dan kepercayaan para kandidat dan *platform* mereka.

Secara keseluruhan, penggabungan citra mutiara dalam branding Pilkada Kota Mataram menunjukkan kekuatan komunikasi simbolik dalam ranah politik. Dengan memanfaatkan makna konotatif dari mutiara, kampanye ini berpotensi menciptakan identitas merek yang berbeda dan menarik yang dapat diterima oleh pemilih lokal dan meningkatkan peluang para kandidat untuk sukses dalam pemilu [16][17][18]. Mutiara adalah simbol keindahan alami yang berharga, cocok untuk melambangkan kualitas dan visi kemajuan bagi Kota Mataram. Ini dapat mencerminkan aspirasi agar kota ini menjadi lebih indah, cemerlang, dan berkembang seiring waktu, layaknya kilauan mutiara. Konteks pemilihan, visual mutiara bisa mewakili harapan akan proses yang bersih dan murni. Mutiara yang utuh dan bercahaya bisa memberi kesan bahwa para calon diharapkan memiliki integritas, kejujuran, dan transparansi yang tinggi dalam berjuang untuk kepentingan rakyat. Kemiripan antara mutiara dan pemilukada ini dapat semakin memperkuat brand image Kota Mataram sebagai daerah yang menjunjung nilai-nilai kepemimpinan yang mulia. Secara simbolis, mutiara sering dikaitkan dengan kemakmuran dan keberuntungan. Dalam konteks Pilkada, ini bisa diartikan sebagai harapan agar kota Mataram semakin makmur, sejahtera, dan mampu memberikan kehidupan yang lebih baik bagi warga kota.

SIMPULAN DAN SARAN

Simbol mutiara digunakan sebagai elemen utama dalam maskot Pilkada Kota Mataram untuk merepresentasikan identitas dan nilai-nilai yang diinginkan dalam proses pemilihan. Mutiara melambangkan keindahan, integritas, kebanggaan budaya lokal, dan kemakmuran serta harapan-harapan yang diusung untuk masa depan kota. Dengan demikian, pemilihan simbol ini diharapkan mampu memperkuat citra positif, memperdalam rasa kedekatan warga, dan menggugah semangat partisipasi dalam Pilkada. Elemen jenama dalam maskot Pilkada Kota Mataram 2024 harus menciptakan keseimbangan antara identitas lokal yang kaya dengan simbol-simbol yang mengingatkan pada nilai-nilai demokrasi dan semangat pilkada. Jenama yang kuat akan memastikan maskot tidak hanya mudah dikenali, tetapi juga mampu menyampaikan pesan yang menggugah partisipasi aktif dari masyarakat dalam proses demokrasi ini. Implikasi penelitian ini sebagai lambang kemurnian dan integritas bisa meningkatkan kepercayaan publik terhadap calon-calon dalam Pilkada, serta terhadap proses pemilihan yang bersih dan adil. Visualisasi yang menggabungkan nilai-nilai keindahan, kemurnian, dan kemakmuran melalui mutiara serta menunjukkan bahwa elemen visual dapat menjadi alat *branding* yang efektif dalam kampanye politik. membuka peluang untuk studi lebih lanjut tentang elemen-elemen budaya lokal dalam branding politik di wilayah lain.

REFERENSI

- [1] D. M. Apsari, "Seemiotika Komunikasi Pada Motto 'Kota Mataram Maju, Religius Dan Berbudaya,'" *J. Ilm. Glob. Educ.*, vol. 3, no. 1, pp. 66–77, 2022, doi: 10.55681/jige.v3i1.175.
- [2] E. Haryanto, M. Mujiyono, and N. S. Prameswari, "Jagad Raya: Representation of Flora and Fauna in Wooden Craft From A Cosmological Perspective," *Gondang J. Seni dan Budaya*, vol. 7, no. 1, p. 93, 2023, doi: 10.24114/gondang.v7i1.47582.
- [3] R. F. Printi Ardi and R. F. Aristalia Hartini, "Perancangan dan Modelling Karakter Maskot STMIK Bumigora Mataram," *JTIM J. Teknol. Inf. dan Multimed.*, vol. 1, no. 1, pp. 14–22, 2019, doi: 10.35746/jtim.v1i1.7.
- [4] A. Zulkarnain, H. Soenarjo, P. J. O. Sugandi, and F. Fergiani, "Preserving village culture, identity, and sense of belonging through visual identity design for public children playground (case study: Mekar Bakti village, Panongan regency, Tangerang)," *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, vol. 452, no. 1, 2020, doi: 10.1088/1755-1315/452/1/012064.
- [5] N. Coyle and R. Tickoo, "Qualitative research: What this research paradigm has to offer to the understanding of pain," *Pain Med.*, vol. 8, no. 3, pp. 205–206, 2007, doi: 10.1111/j.1526-4637.2007.00303.x.
- [6] G. Malagon-Maldonado, "Qualitative research in health design," *HERD Heal. Environ. Res. & Des. J.*, vol. 7, no. 4, pp. 120–134, 2014.
- [7] C. B. Thompson and E. A. Panacek, "Basics of research (part 13): Qualitative research - An example," *Air Med. J.*, vol. 17, no. 3, pp. 121–124, 1998, doi: 10.1016/S1067-991X(98)90110-9.
- [8] S. Safavi and A. Gümü\cs, "Context-based analysis of an advertising poster," *Semiotica*, vol. 2019, no. 229, pp. 101–122, 2019.
- [9] B. Batu, "An overview of the field of semiotics," *Procedia-Social Behav. Sci.*, vol. 51, pp. 464–469, 2012.
- [10] K. Ping, "A sociosemiotic approach to Chinese-English translation," *Perspect. Stud. Transl.*, vol. 4, no. 1, pp. 91–101, 1996.
- [11] L. Saeed and S. I. Khan, "Critical Discourse Analysis of Language and Visuals in Beauty Advertisements," *Glob. Digit. Print Media Rev.*, vol. V, no. II, pp. 37–43, 2022, doi: 10.31703/gdpmr.2022(v-ii).04.
- [12] A. Dianingrum, T. S. Pitana, M. A. Nirawati, M. Muqoffa, and P. A. Sari, "Identifikasi Penerapan Unsur-Unsur Iconic Jawa pada Bangunan Hotel di Surakarta," *Arsitektura*, vol. 19, no. 1, p. 157, 2021, doi: 10.20961/arst.v19i1.46023.
- [13] A. Lushaj *et al.*, "Challenges and Opportunities for Biodiversity Conservation and Sustainable Development of Ecotourism in Lalzi Bay, Durres County, Albania - Today's Science for

- Tomorrow's Management. A Methodology Guide with a Concrete Example by Lalzi Bay, Durres County, Albania," *Int. J. Soc. Behav. Educ. Econ. Bus. Ind. Eng.*, vol. 6, no. 11, pp. 3201–3218, 2012, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/279663219>
- [14] W. Choiriyati, A. T. Turistiati, and D. R. Fitriani, "Marketable Branding in Surabaya Mayor Election 2015-2019," *Mediat. J. Komun.*, vol. 12, no. 2, pp. 225–237, 2019.
- [15] I. Susila, D. Dean, R. N. R. Yusof, A. A. Setyawan, and F. Wajdi, "Symbolic Political Communication, and Trust: A Young Voters' Perspective of the Indonesian Presidential Election," *J. Polit. Mark.*, vol. 19, no. 1–2, pp. 153–175, 2020, doi: 10.1080/15377857.2019.1652224.
- [16] D. Andriana and J. F. Widarti, "CAMERA BRANDING CALON WALIKOTA DI MEDIA SOSIAL," *E-Sales Promot. Membentuk Impuls. Buy. Konsum. (Studi Kasus Digit. Paym. OVO) Elsie Oktivera, Wisnu Wirawan Camera Brand. Calon Walikota Di Media Sos. (Studi Kasus Pilwakot 2015 Paslon Idris-Pradi)*, vol. 7, no. 1, p. 8, 2020.
- [17] A. Farhan, N. A. Omar, T. Jannat, and M. A. Nazri, "The Impact of Political Brand Relationship Quality and Brand Engagement on Voters' Citizenship Behaviour: Evidence from Indonesia," *South East Asian J. Manag.*, vol. 14, no. 1, 2020, doi: 10.21002/seam.v14i1.12593.
- [18] N. Jackson, "Interactivity and Branding, public political communication as a marketing tool Darren G. Lilleker (Bournemouth University) & Nigel Jackson (Plymouth University)," pp. 1–21, 2010.