

## **ABSTRAK**

Setiap lima tahun sekali di Indonesia telah menjadi ajang perlombaan menjual citra positif calon pemimpin. Dimana setiap lima tahun sekali dilaksanakannya pemilihan umum serentak di seluruh Indonesia, baik itu untuk memilih calon Presiden maupun calon pemimpin Legislatif yang baru. Ajang menjual citra tersebut terlihat dari berbagai cara, baik itu melalui visual iklan kampanye, maupun dengan cara turun langsung calon pemimpin ke masyarakatnya. Penelitian ini menganalisis citra iklan kampanye legislatif Indonesia 2014, dengan memilih tiga iklan kampanye legislatif Indonesia 2014 sebagai objek penelitian, dimana karakter ketiga iklan tersebut dapat mewakili keseluruhan dari karakter-karakter iklan kampanye pemilu di seluruh Indonesia. Dan hasil dari penelitian ini adalah representasi citra yang dihasilkan dengan melalui analisis tanda pada elemen-elemen visual yang terdapat pada iklan kampanye tersebut.

*Kata Kunci: Citra, Iklan Kampanye, Pemilu, Legislatif.*