

**ANALISIS SEMIOTIK TERHADAP GAMBAR ILUSTRASI
REKENING GENDUT PERWIRA POLISI DI MAJALAH
TEMPO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Ujian Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa**



**Oleh:
Prasetyo Prayogo
NIM. 061596**

**KONSENTRASI JURNALISTIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
SERANG
2011**

ABSTRAK

Prasetyo Prayogo (061596)

Analisis Semiotik Terhadap Gambar Ilustrasi Rekening Gendut Perwira POLISI Di Majalah TEMPO

xiii + 80 halaman; 2 Bagan; 2 Tabel; 12 Gambar

Skripsi: Konsentrasi Ilmu Jurnalistik; Progam Studi Ilmu Komunikasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Sultan Ageng Tirtayasa; 2011.

Kata Kunci: Denotasi, Konotasi, Mitologi dan Ideologi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna gambar ilustrasi yang ada di Majalah TEMPO. Makna yang dimaksud dalam penelitian ini adalah makna denotasi, konotasi serta mitologi dan ideologi seperti yang diungkapkan Roland Barthes. Yang diteliti adalah tanda-tanda dalam gambar ilustrasi di Majalah TEMPO. Penelitian memaknai gambar ilustrasi menggunakan analisis semiotik.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara, dokumentasi dan analisis data menggunakan metode Roland Barthes. Objek dalam penelitian ini sebanyak 2 buah gambar ilustrasi.

Hasil analisa peneliti, lalu dikembalikan kepada ilustrator untuk ditanggapi agar dapat terukur sejauh mana ketepatan pemaknaan yang dilakukan oleh peneliti.

Daftar Acuan: 26 buku + 29 sumber lain (1992 – 2011)

ABSTRACT

Prasetyo Prayogo (061596)

Semiotic Analysis of the Illustration of "Rekening Gendut Perwira Polisi" in TEMPO magazine

xiii + 80 pages; 2 Figures; 2 Tables; 12 Images

Essay: Journalism Science Concentration; Science Communication Studies; Faculty of Social and Political Sciences; University of Sultan Ageng Tirtayasa; 2011.

Keywords: Denotation, Connotation, Mythology and Ideology

Aims of this research is to know the meaning of image illustration in TEMPO magazine. The meaning of image illustration in this research is denotation, connotation, mythology and ideology meaning of Roland Barthes. This research examined the signs in the illustration in TEMPO magazine using semiotic analysis.

This research is using qualitative approach method. Researcher collected the data through interviews, documentation and data analysis using the model of Roland Barthes. There are 2 images as the object of this research.

The results of this research is confirmed to the illustrator to be evaluated, so that the accuration of meaning doing by researcher can be measured.

References list: 26 books + 29 other sources (1992 – 2011)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Skripsi dengan judul “Analisi Semiotik Terhadap Gambar Ilustrasi Rekening Gendut Perwira Polisi di Majalah TEMPO”, merupakan salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Dengan selesainya skripsi ini, peneliti telah menyelesaikan studinya di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtuaku, ayah dan ibu atas dukungan moral, materil, dan spiritual yang tak terbatas setiap saat dan setiap waktu.
2. Seluruh anggota keluarga yang telah banyak membantu memberi dukungan moral dan materil selama kuliah.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Rahman Abdullah, M.Sc, selaku rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Bapak DR. Drs. A. Sihabuddin, M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
5. Ibu Devi, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
6. Bapak Yearry Panji, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Selain itu terima kasih atas waktunya untuk berdiskusi semiotika dengan peneliti, sehingga peneliti lebih memahami semiotik.

7. Bapak Idi Dimiyati, S.Ikom, selaku pembimbing pertama pada penyusunan skripsi ini, terima kasih atas saran-saran dan bimbingannya.
8. Bapak Ikhsan Ahmad, S.Ip, selaku pembimbing kedua pada penyusunan skripsi ini, terima kasih atas saran dan bimbingannya.
9. Seluruh Dosen dan Staf Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa atas perkuliahan dan kerjasamanya.
10. Ibu Diah Purnowati, selaku Kadiv. SDM dan Umum Majalah TEMPO yang telah mengizinkan dan membantu penelitian di Majalah TEMPO.
11. Mas Kendra Hanif Paramita, selaku ilustrator Majalah TEMPO yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk terlibat dalam penelitian ini.
12. Sahabat-sahabat Prodi Ilmu Komunikasi 2006, Alex, Iyan, Anto, Mulya, Uum, Findy, Okta, Combro, Febri, Ijul, Dadan, Ega, Dede, Angga, Dina, Isqi, Rai, Cmad, dll. Terima kasih telah memberikan masukan saran dan kritiknya selama penyusunan skripsi ini. Tiada kesan perkuliahanku tanpa kehadiran kalian dan banyak kenangan yang tak terlupakan bersama kalian.
13. Sahabat-sahabat Happy Family, Bell, Dedy, Bayu, Cyo, Lili, Patrick, Padol, Suyud, Arif. Terima kasih atas motivasi kalian dan banyak kenangan yang tak terlupakan bersama kalian. Dan saya sampai sekarang tidak bisa melupakan peristiwa hilangnya Laptop saya.

14. Senior dan Junioriku, yang telah banyak memberi masukan dan pelajaran baik dalam perkuliahan maupun dalam kehidupanku.

15. Seorang wanita, yang telah banyak membantuku terutama dalam hal memotivasiku untuk mengerjakan skripsi ini, walaupun terkadang dalam bentuk marah-marah. Terima kasih banyak atas saran, kritik, dan motivasinya. Aku akan selalu mengingat pesammu "Jaga Hati dan Jaga Diri";

Terima kasih penulis sampaikan pula untuk semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, karena tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu.

Karena keterbatasan dana, waktu dan keterbatasan kemampuan peneliti, peneliti menyadari masih ada kekurangan pada skripsi ini. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah wawasan keilmuan kita, amin.

Serang, Februari 2011

Peneliti,

Prasetyo Prayogo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
BAB II DESKRIPSI TEORI	8
2.1 Deskripsi Teori	8
2.1.1 Komunikasi	8
2.1.2 Komunikasi Nonverbal	10
2.1.2.1 Ciri Umum Komunikasi Nonverbal	12
2.1.2.2 Fungsi Perilaku Nonverbal	12
2.1.2.3 Klasifikasi Pesan Nonverbal	13
2.1.3 Desain Komunikasi Visual	14

2.1.4	Komunikasi Massa	18
2.1.4.1	Ciri-ciri dan Karakteristik Komunikasi Massa	20
2.1.5	Pers dan Jurnalistik	22
2.1.5.1	Fungsi Pers	24
2.1.5.2	Ciri-ciri dan Karakteristik Pers	25
2.1.6	Majalah	26
2.1.6.1	Fungsi Majalah	27
2.1.6.2	Karakteristik Majalah	27
2.1.7	Gambar Ilustrasi	28
2.1.8	Semiotik dan Semiologi	30
2.1.8.1	Semiologi Roland Barthes	37
2.2	Kerangka Pemikiran	50
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1	Metodologi Penelitian	51
3.2	Instrument Penelitian	51
3.2.1	Wawancara	52
3.2.2	Dokumentasi	53
3.3	Teknik Penentuan Kualitas Instrumen	53
3.3.1	Otentik dan Reflektif	54
3.4	Objek Penelitian	54
3.5	Teknik Pengolahan dan Analisa Data	56
3.5.1	Tiga Tahap Signifikasi Roland Barthes	56
3.5.1.1	Signifikasi Tahap Pertama	56

3.5.1.2	Signifikasi Tahap Kedua	56
3.5.1.3	Signifikasi Tahap Ketiga	56
BAB IV HASIL PENELITIAN		58
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	58
4.1.1	Sejarah Singkat Majalah TEMPO	58
4.1.2	Visi dan Misi Majalah TEMPO	61
4.1.2.1	Visi Majalah TEMPO	61
4.1.2.2	Misi Majalah TEMPO	61
4.2	Pembahasan	65
4.2.1	Gambar Ilustrasi Rekening Gendut Perwira Polisi I	65
4.2.1.1	Tahap Denotasi	65
4.2.1.2	Tahap Konotasi	67
4.2.1.3	Tahap Mitologi dan Ideologi	70
4.2.2	Gambar Ilustrasi Rekening Gendut Perwira Polisi II	72
4.2.2.1	Tahap Denotasi	72
4.2.2.2	Tahap Konotasi	73
4.2.2.3	Tahap Mitologi dan Ideologi	76
BAB V PENUTUP		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	50
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Majalah TEMPO	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Antara Denotasi dan Konotasi	40
Tabel 3.1 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes	39
Gambar 2.2 Model Analisis Roland Barthes	41
Gambar 2.3 Sampul Majalah Paris Maeth	47
Gambar 4.1 Majalah TEMPO Edisi Pertama	59
Gambar 4.2 Mengapa TEMPO?	59
Gambar 4.3 Majalah TEMPO yang Dibreidel	60
Gambar 4.4 Gambar Ilustrasi I	65
Gambar 4.5 Foto Peristiwa Pelantikan Kapolda	67
Gambar 4.6 Foto Police Line	68
Gambar 4.7 Gambar Ilustrasi II	72
Gambar 4.8 Foto Perwira Polisi Lengkap Dengan Seragamnya	74
Gambar 4.9 Kandang Babi Lengkap Dengan Sekumpulan Babi	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Dekan
Lampiran 2	Hasil Wawancara Dengan Ilustrator
Lampiran 3	Surat Izin Penelitian
Lampiran 4	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 5	Objek Penelitian
Lampiran 6	Referensi Berita
Lampiran 7	Kartu Bimbingan
Lampiran 8	Curriculum Vitae

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam sejarah keberadaan manusia, komunikasi menjadi suatu hal yang selalu dilakukan. Komunikasi tidak bisa dipisahkan dari masing-masing individu. Manusia selalu berada dalam satu proses interaksi komunikatif dengan lingkungannya. Komunikasi juga menjadi hal penting dalam melakukan interaksi termasuk dalam hal pertukaran informasi.

Komunikasi yang merupakan proses pertukaran informasi ini terbagi menjadi dua jenis yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal merupakan proses komunikasi melalui sistem bahasa verbal atau kata-kata umum yang mudah dimengerti baik secara lisan maupun tulisan. Bahasa verbal adalah sarana utama menyatakan pikiran, perasaan dan maksud. Sedangkan komunikasi nonverbal merupakan proses komunikasi yang tidak dilakukan melalui sistem bahasa verbal, seperti bahasa tubuh, mimik wajah, gambar dan lain-lain. Pesan verbal dapat diperkuat dengan bahasa nonverbal melalui bahasa tubuh, nada suara atau lainnya.

Komunikasi nonverbal terdiri atas semua unsur komunikasi. Meliputi kata-kata perumpamaan (puisi, sajak, pribahasa), simbol, tanda visual (gesture, gerakan, keragaan), fitur vocal (intonasi, volume, tinggi rendahnya suara), dan faktor-faktor lingkungan (seperti penggunaan ruang dan posisi) yang mempengaruhi makna komunikasi.

Salah satu bentuk komunikasi nonverbal adalah komunikasi visual. Dalam bentuk komunikasi seperti ini unsur rupa menjadi hal yang utama. Komunikasi visual dewasa ini mengalami perkembangan sangat pesat. Lambang-lambang atau simbol-simbol visual hadir dalam berbagai macam bentuk sistem tanda dan gambar. Bahasa visual meliputi struktur rupa seperti garis, warna, dan komposisi.

Dunia kita saat ini juga semakin dipenuhi dengan hal-hal yang bersifat visual. Spanduk, banner, sinema, kartun, karikatur, dan lain sebagainya baik di media cetak maupun elektronik. Komunikasi visual bukan hanya sekedar coretan garis, bidang, atau warna pada kertas atau media lainnya, tetapi sudah menjadi budaya.

Seiring dengan hal ini, perkembangan media massa turut menjadi pesat. Selain merupakan alat yang efektif untuk merekam berbagai peristiwa dalam kehidupan manusia, media massa juga mampu menyediakan informasi-informasi yang dibutuhkan masyarakat mengenai berbagai aspek kehidupan. Sehingga kini nampaknya media massa sudah menjadi kebutuhan masyarakat.

Media massa memiliki sejumlah fungsi, salah satu diantaranya adalah *"to inform and to educate"*. Salah satu contoh fungsi *"to inform and to educate"* adalah gambar ilustrasi.

Semula gambar ilustrasi pada media massa hanya merupakan selingan belaka. Namun pada perkembangannya gambar ilustrasi yang juga merupakan salah satu bentuk komunikasi visual dijadikan sarana untuk menyampaikan kritik. Penyampaian kritik dilakukan melalui gambar-gambar lucu dan menarik, sehingga tidak jarang juga membuat orang yang di kritik justru tersenyum. Coretan kreatif

yang mendidik dalam bentuk gambar ilustrasi tersebut ternyata mampu mengkritik secara efektif.

Kehadiran gambar ilustrasi dalam media massa menjadi sebuah warna. Majalah akan terasa tidak lengkap tanpa keberadaan gambar ilustrasi didalamnya. Gambar ilustrasi menyajikan informasi dengan cara yang unik. Berbeda dengan produk jurnalistik lainnya yang menyajikan informasi melalui kata-kata, kalimat dan paragraf.

Peneliti melihat bahwa gambar ilustrasi ternyata memiliki kekuatan yang cukup hebat dalam mempengaruhi opini bahkan tindakan publik. Padahal ia hanya merupakan coretan-coretan pada secarik kertas atau semacamnya. Contohnya saja gambar Nabi Muhammad, berapa juta umat muslim yang tergerak amarahnya setelah melihat gambar ilustrasi tersebut? Kekuatan tersebutlah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap gambar ilustrasi. Selain itu ketertarikan peneliti terhadap gambar ilustrasi juga disebabkan karena ia merupakan salah satu bentuk komunikasi visual dimana setiap bentuk gambar, garis, lingkaran, persegi dan lain sebagainya selalu memiliki arti. Peneliti melihat bahwa karikatur merupakan fenomena unik dalam kehidupan manusia. Tetapi perlu diingat bahwa peneliti disini bukan melakukan penelitian terhadap pengaruh dari sebuah gambar karikatur, melainkan peneliti melakukan penelitian terhadap makna gambar karikatur yang akan diteliti.

Simbol-simbol yang digunakan pada gambar ilustrasi sebaiknya mudah dicerna oleh khalayak luas. Agar sebuah gambar ilustrasi dapat dimaknai secara tepat maka simbol , tanda dan hal-hal semacamnya yang tampil dalam gambar

ilustrasi hendaknya adalah yang familiar bagi target audience. Artinya simbol yang dipilih harus memiliki makna yang sama atau setidaknya mendekati di mata komunikator maupun komunikan. Perbedaan persepsi mengenai tanda atau simbol antara si pembuat dan si pembaca karikatur merupakan hambatan komunikasi.

Disini peneliti akan lebih fokus ke dalam karya gambar ilustrasi dan mencoba mengupas makna dibaliknya beserta tanda dan simbol yang terdapat pada gambar ilustrasi.

Gambar ilustrasi di Majalah Tempo bercerita tentang peristiwa-peristiwa terpenting dan terhangat, tentunya dengan sindiran-sindiran humoris ala gambar ilustrasi pada umumnya. Dengan demikian peneliti memilih gambar ilustrasi di Majalah Tempo untuk menjadi objek dalam penelitian ini. Pada penelitian ini peneliti sangat tertarik dengan gambar ilustrasi Majalah Tempo pada edisi "Rekening Gendut Perwira Polisi", pada edisi tersebut terdapat gambar ilustrasi yang kontroversial sehingga Majalah Tempo edisi "Rekening Gendut Perwira Polisi" sebagian besar hilang dari peredaran dan membuat masyarakat penasaran akan gambar ilustrasi tersebut sehingga masyarakat merelakan harga yang harus dibayar dengan tinggi demi mendapatkan Majalah Tempo edisi tersebut. Selain itu Majalah Tempo edisi tersebut juga sempat menjadi pemberitaan media massa di Indonesia karena disinyalir gambar ilustrasinya mencemarkan nama baik instansi Kepolisian Republik Indonesia (POLRI), bahkan muncul isu bahwa yang menyebabkan hilangnya sebagian besar Majalah Tempo edisi ini akibat oknum POLRI yang memborong Majalah tersebut agar tidak dibaca oleh masyarakat. Hal inilah yang membuat peneliti menjadi tertarik melakukan penelitian apa

sesungguhnya makna dibalik gambar ilustrasi Majalah Tempo edisi "Rekening Gendut Perwira Polisi".

Majalah Tempo terbit setiap minggu, dan setiap edisinya selalu memuat gambar ilustrasi. Setiap gambar ilustrasi yang tersaji di Majalah Tempo tentu saja selalu mengandung makna-makna yang secara sengaja ingin disampaikan. Simbol dan tanda dalam sebuah karya gambar ilustrasi menjadi suatu usaha unik dalam mentransformasikan informasi. Lalu apa sebenarnya makna gambar ilustrasi di Majalah Tempo? Disini peneliti mencoba untuk menjawab hal tersebut. Dalam penelitian ini peneliti akan mencoba menelusuri untuk memahami simbol-simbol dan tanda-tanda yang terdapat dalam gambar ilustrasi di Majalah Tempo untuk mengupas makna yang ada pada gambar ilustrasi tersebut.

Dalam penelitian ini akan dibahas masalah simbol, tanda, lambang dan gambar. Oleh karena itu penelitian ini akan menggunakan analisis semiotik. Peneliti akan mencoba membaca tanda melalui analisis semiotik. Semiotik atau semiologi adalah ilmu Tanda. Semiotika berasal dari bahasa Yunani *Semeion* yang berarti *Tanda*. Semiotika diperkenalkan oleh Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure yang juga merupakan bapak Semiotika. Meskipun Semiotika merupakan ilmu dalam sastra dan linguistik, penggunaannya tidak lepas dari bidang seni dan komunikasi visual.

Semiotika meliputi Signifier (penanda) yang bersifat denotatif, dan Signified (petanda) yang bersifat konotatif. Jika sebuah gambar kita maknai secara denotatif, gambar tersebut hanyalah sebuah gambar yang dibentuk oleh garis-garis yang membentuk sebuah objek. Inilah yang dimaksud dengan Signifier atau penanda. Tetapi apa

makna dari gambar objek tersebut? Ini yang dimaksud dengan Signified atau petanda. Signified tidak hanya menampilkan visualnya saja, tetapi juga makna yang terkandung dalam penanda tersebut.

Analisis semiotik dirasa sebagai metode yang tepat untuk meneliti makna di balik visual atau gambar. Melalui analisis semiotik inilah peneliti akan mampu memahami sistem dan makna tanda pada gambar ilustrasi di Majalah Tempo seakurat mungkin.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Analisis Semiotik Terhadap Gambar Ilustrasi Rekening Gendut Perwira Polisi di Majalah Tempo ?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan perumusan masalah, maka batas penelitian ini adalah:

1. Bagaimana makna denotasi gambar ilustrasi di Majalah Tempo?
2. Bagaimana makna konotasi gambar ilustrasi di Majalah Tempo?
3. Bagaimana makna mitologis dan ideologis gambar ilustrasi di Majalah Tempo?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui:

1. Makna denotasi gambar ilustrasi di Majalah Tempo.
2. Makna konotasi gambar ilustrasi di Majalah Tempo.
3. Makna mitologis dan ideologis gambar ilustrasi di Majalah Tempo.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa kegunaan yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi sumbangan bagi kajian ilmu komunikasi khususnya konsentrasi jurnalistik mengenai gambar ilustrasi dan pemaknaan tanda.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dan dapat dimanfaatkan oleh ilustrator serta pihak Majalah Tempo dalam mengembangkan kreasi dan ekspresi terutama dalam mengemas pesan melalui visual.

BAB II

DESKRIPSI TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari kata komunis yang berarti “sama”, *comminico communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (Mulyana, 2002:42). Dalam hal ini komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna, atau pesan dianut secara sama.

Definisi komunikasi hingga saat ini mencapai ratusan, yang diantaranya justru bertentangan dengan definisi-definisi lainnya. Namun Frank Dance membaginya kedalam tiga dimensi konseptual penting. Pertama adalah tingkat (*level of observation*), atau derajat keabstrakannya. Seperti definisi ini,

“Komunikasi sebagai proses yang menghubungkan satu sama lain bagian-bagian terpisah dunia kehidupan adalah terlalu umum, sementara komunikasi sebagai ‘alat untuk mengirim pesan militer, pemerintah, dan sebagainya lewat telepon, telegraf radio, kurir, dan sebagainya’ terlalu sempit” (Mulyana, 2002:54).

Dimensi kedua adalah kesengajaan (*intentionality*). Sebagian dari dimensi ini menyatakan bahwa komunikasi hanya mencakup pengiriman dan penerimaan pesan. Seperti definisi berikut, “Komunikasi sebagai situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima” (Miller dalam Mulyana, 2002:54-55). Sebagian lagi tidak menuntut syarat ini, yakni

definisi komunikasi yang mengabaikan unsur kesengajaan. Seperti yang dikemukakan oleh Alex Gode, "suatu proses yang membuat sama bagi dua orang atau lebih apa yang tadinya merupakan monopoli seseorang atau sejumlah orang" (Mulyana, 2002:55).

Dimensi ketiga adalah penilaian normatif. Definisi dalam dimensi ini dipisahkan berdasarkan tingkat keberhasilan dan kecermatan dalam berkomunikasi. Sebagian mengasumsikan bahwa komunikasi itu harus berhasil. Seperti, "komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan" (Hoben dalam Mulyana, 2002:55). Asumsi dibalik definisi ini adalah bahwa komunikasi suatu pikiran atau gagasan secara berhasil dipertukarkan. Lalu sebagian definisi dimensi ini tidak menuntut adanya keberhasilan. "komunikasi adalah transmisi informasi" (Berelson dan Steiner dalam Mulyana, 2002:55). Definisi tersebut tidak menuntut adanya informasi yang diterima atau dimengerti.

Adapula definisi yang mengasumsikan komunikasi sebagai tindakan satu arah. Everet M. Rogers mengemukakan, "komunikasi merupakan proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mempengaruhi pengaruh penerima" (Mulyana, 2002:62). Lalu menurut Harold Lasswell,

"cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut *who says what in which channel to whom with what effect?* Atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?" (Mulyana, 2002:62).

Definisi-definisi tersebut mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon seseorang.

Komunikasi juga bisa dilihat sebagai transaksi. Dalam konteks ini adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang diperoleh pada dasarnya bersifat pribadi. Disini komunikasi tidak terbatas pada yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Beberapa definisi komunikasi dilihat sebagai transaksi antara lain:

John R. Wenberg dan William W. Wilmot, "Komunikasi adalah suatu usaha untuk memperoleh makna". Donald Byker dan Loren J. Anderson, "Komunikasi adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih". William I. Gordon, "komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan". Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, "komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna". Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, "komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih". (Mulyana, 2002:68-69).

2.1.2 Komunikasi Nonverbal

Dalam komunikasi ada yang biasa disebut komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal diantaranya mencakup bahasa tubuh, sentuhan, pribahasa, penampilan fisik, bau-bauan, warna, artefak, bentuk-bentuk visual dan lain sebagainya. Dalam berinteraksi dengan orang lain kita sebenarnya tidak hanya memperhatikan bahasa verbalnya saja, tetapi juga bahasa nonverbal seperti mimik wajah, kecepatan bicara, tinggi rendahnya nada suara, serta gerak-gerik tubuh dari lawan bicara kita. Yang kemudian dengan itu kita mampu mendeteksi kandungan emosi yang dibawa bersama dengan bahasa

verbal seperti marah, sedih, grogi, takut dan sebagainya. Lalu struktur bahasa yang digunakan seseorang bisa juga menggambarkan intelektualitasnya. Selain itu segala simbol-simbol atau atribut yang dikenakan oleh seseorang seperti baju, kaos, jaket, celana, topi, anting, kalung, gelang, dan aksesoris lainnya juga sedikit banyak telah memberikan kesimpulan tentang kepribadian orang tersebut. Hal-hal tersebut diatas hanyalah beberapa dari banyaknya bentuk-bentuk pesan nonverbal. Secara sederhana,

“Pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima; jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja maupun tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan” (Mulyana, 2002:308).

“Secara harfiah komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa bahasa atau komunikasi tanpa kata, maka tanda nonverbal berarti tanda minus bahasa atau tanda minus kata” (Sobur, 2004:122). Sebagaimana bahasa verbal, bahasa nonverbal juga tidak universal, melainkan terikat oleh budaya, hanya sedikit isyarat nonverbal yang merupakan bawaan. Kebanyakan perilaku verbal bersifat eksplisit dan diproses secara kognitif, sedangkan perilaku nonverbal bersifat spontan, ambigu, sering berlangsung cepat, dan diluar kesadaran serta kendali kita.

“Karena itulah Edward T. Hall menamai bahasa nonverbal sebagai bahasa diam (*silent language*) dan dimensi tersembunyi (*hidden dimension*) suatu budaya. Disebut diam dan tersembunyi karena pesan-pesan nonverbal tertanam dalam konteks komunikasi. Selain isyarat verbal situasional dan rasional dalam

transaksi komunikasi, pesan nonverbal memberi kita isyarat-isyarat kontekstual, pesan nonverbal membantu kita menafsirkan seluruh makna pengalaman komunikasi” (Mulyana, 2002:309).

Mark L. Knapp menjelaskan

“Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Dalam pengertian ini, peristiwa dan perilaku nonverbal itu tidak sungguh-sungguh bersifat nonverbal” (Mulyana, 2002:312).

2.1.2.1 Ciri Umum Komunikasi Nonverbal

Joseph A. Devito dalam bukunya menyebutkan enam ciri umum dari pesan-pesan nonverbal. Enam ciri tersebut adalah “komunikatif, kontekstual, paket, dapat dipercaya (believable), dikendalikan oleh aturan, dan seringkali bersifat metakomunikasi” (Devito, 1997:178).

2.1.2.2 Fungsi Perilaku Nonverbal

Menurut Paul Ekman, dalam hubungannya dengan perilaku nonverbal mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. Perilaku nonverbal dapat mengulangi perilaku verbal.
- b. Memperteguh, menekankan atau melengkapi perilaku verbal.
- c. Perilaku nonverbal dapat menggantikan perilaku verbal.
- d. Nonverbal bisa berdiri sendiri.
- e. Perilaku nonverbal dapat meregulasi perilaku verbal.
- f. Perilaku nonverbal bisa membantah atau bertentangan dengan perilaku verbal (Mulyana, 2002:314-315).

2.1.2.3 Klasifikasi Pesan Nonverbal

Komunikasi nonverbal bisa terjadi melalui berbagai bentuk yang kemudian bentuk-bentuk tersebut biasa disebut dengan pesan-pesan nonverbal. Berbagai pesan yang bersifat oleh Larry A. Samovar dan Richard E. Porter dibagi menjadi dua kategori. "Pertama, perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan dan parabahasa. Kedua, ruang, waktu dan diam" (Mulyana, 2002:317). Lalu Jurgen Ruesch mengklasifikasikannya menjadi tiga bagian.

"Pertama, bahasa tanda (sign language) yakni, semua gerakan tubuh yang digunakan secara eksklusif untuk memberikan sinyal seperti acungan jempol untuk menumpang mobil secara gratis atau bahasa isyarat tuna rungu. Kedua, bahasa tindakan (action language) yakni, semua gerakan tubuh yang tidak digunakan secara eksklusif untuk memberikan sinyal, misalnya berjalan. Ketiga, bahasa objek (object language) seperti pertunjukan benda, pakaian, dan lambang nonverbal lainnya yang bersifat publik seperti ukuran ruangan, bendera, gambar (lukisan), musik dan sebagainya" (Mulyana, 2002:317).

Dalam bukunya yang berjudul "Ilmu Komunikasi" Deddy Mulyana mengemukakan beberapa jenis komunikasi nonverbal yang dianggap penting yakni bahasa tubuh, sentuhan parabahasa, penampilan fisik, bau-bauan, orientasi ruang dan jarak pribadi, konsep waktu, diam, warna, dan artefak.

"Artefak adalah benda apa saja yang dihasilkan kecerdasan manusia. Aspek ini merupakan perluasan lebih jauh dari pakaian dan penampilan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dan dalam interaksi manusia, sering mengandung makna-makna tertentu. Bidang studi mengenai hal ini

disebut objektika (objectics). Rumah, kendaraan, perabot rumah dan modelnya (furnitur, barang elektronik, lampu kristal), patung, lukisan, kaligrafi, foto, buku yang kita pajang, koran, majalah, botol minuman keras, bendera, dan benda-benda lain dalam lingkungan kita adalah pesan-pesan nonverbal, sejauh dapat diberi makna” (Mulyana, 2002:380).

2.1.3 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah istilah untuk menggantikan desain grafis untuk bidang ilmu yang sama dengan tujuan mengantisipasi perkembangan dunia komunikasi visual serta perannya yang semakin luas. “Munculnya istilah ‘desain komunikasi visual’ merupakan akibat dari makin meluasnya media yang dicakup dalam bidang komunikasi lewat bahasa rupa ini” (Yulianti, 2008:12).

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual, termasuk audio dengan mengolah elemen desain grafis berupa bentuk gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya (www.desainmultimedia.com).

“Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial atau komersial, dari individu atau kelompok lainnya” (Yulianti, 2008:11). Pesan dari komunikasi visual dapat berupa informasi produk, jasa, atau gagasan yang disampaikan kepada target audiensi, dalam upaya peningkatan usaha penjualan, peningkatan citra, dan publikasi sebuah program.

Elemen dasar komunikasi visual adalah gambar atau foto, huruf, warna dan tata letak dalam berbagai media, baik media cetak maupun media elektronik.

Ana Yulianti memberikan penjelasan tentang perbedaan komunikasi visual dengan komunikasi grafis yang menurutnya penting untuk dipahami,

Komunikasi visual merupakan payung dari berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (visual) pada berbagai media, seperti percetakan/grafika, luar ruang (marka grafis, papan reklame), televisi, film/video, internet dan lain-lain, dua dimensi maupun tiga dimensi, baik statis maupun bergerak.

Sedangkan komunikasi grafis merupakan bagian dari komunikasi visual dalam lingkup statis, atau hanya dua dimensi saja, dan umumnya berhubungan dengan percetakan (Yulianti, 2008:9).

Atep Adya Barata mengemukakan definisi media komunikasi visual, yakni "suatu alat bantu komunikasi yang memancarkan tulisan atau gambar, sehingga komunikasi ditangkap melalui saluran penglihatan. Contohnya : surat, brosur, poster, spanduk, dan media cetak lainnya" (Barata, 2004:110).

Definisi sederhana komunikasi visual adalah "latihan teori dan konsep-konsep melalui istilah-istilah visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran (Kroeger dalam Yulianti, 2008:10). Definisi serupa juga diungkapkan Ana Yulianti yakni,

"Satu terapan dari seni lukis yang memberikan kebebasan kepada sang desainer untuk memilih, menciptakan dan mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis atas media, dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan" (Yulianti, 2008:10).

Komunikasi visual “adalah komunikasi ide melalui tampilan visual informasi. Terutama yang berkaitan dengan dua dimensi gambar, terdiri dari; seni, tanda-tanda, fotografi, tipografi, menggambar dasar, warna dan daya elektronik” (www.citrinitas.com).

Ada pula penjelasan tentang desain komunikasi visual yang sedikit berbeda yakni “profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra, tanda maupun nilai” (Sachari dalam fikom.wanwi-bali.com).

Terkait dengan itu, T. Sutanto menyatakan “desain komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diserap dengan pikiran maupun perasaan. Rupa yang mengandung pengertian atau makna, karakter serta suasana yang mampu dipahami (diraba dan dirasakan) oleh khalayak umum maupun terbatas” (Sutanto, 2005:15-16).

Sebagai salah satu bentuk komunikasi nonverbal, komunikasi visual didefinisikan sebagai,

“cara menyampaikan setengah maklumat dalam bentuk gambar, carta dan graf yang berwarna-warni dan menarik. Tujuan maklumat disampaikan dalam bentuk ini adalah supaya penerima maklumat mudah paham keadaan yang hendak disampaikan. Misalnya melalui graf, individu dapat membuat pemerhatian dengan lebih berkesan dan cepat. Persembahan gambar yang berwarna-warni menarik minat orang yang melihat pesan dan mereka lebih cepat memahami pesan yang hendak disampaikan” (Wahab, 2005:56).

Maka dari itu kunci sukses komunikasi visual adalah tingkat keakraban penerima dengan tanda-tanda dan simbol yang digunakan desainer. Jacques Hugo mengemukakan,

Komunikasi visual merupakan sebuah proses dimana cara orang berdialog dengan lingkungan dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalamannya. Terlebih bahwa media komunikasi visual memiliki kemampuan melalui simbolisme, dan denotasi serta konotasi, untuk memungkinkan orang menafsirkan arti tersembunyi di dalam gambar-gambar visual (foto, lukisan, film atau televisi) (www.usabilitynews.com).

Secara menyeluruh desain komunikasi visual diidentifikasi sebagai rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata.

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi, dan layout. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target yang dituju. Desain komunikasi visual sebagai salah satu bagian dari seni terap yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreatifnya diawali dari menemukan dan mengenali permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetik, dan komunikatif (Sanyoto, 2006:8).

Artinya menurut Sumbo Tinarbuko, desain komunikasi visual dapat dipahami “sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi, atau komunikasi visual) untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru diantara desain yang baru” (Tinarbuko, 1998:66).

Pada hakikatnya adalah suatu bahasa. Tugas utamanya adalah membawakan pesan dari seseorang, lembaga, atau kelompok masyarakat tertentu kepada orang lain. Sebagai bahasa, maka efektifitas penyampaian pesan tersebut menjadi pemikiran utama seorang desainer komunikasi visual. Untuk itu seorang desainer haruslah memahami betul seluk beluk bentuk pesan yang disampaikan. Ditambahkan Umar Hadi (1998), bahwa sebagai bahasa, desain komunikasi visual adalah ungkapan ide dan pesan dari perancang kepada masyarakat yang dituju melalui simbol-simbol berwujud gambar, warna dan tulisan (Pirous dalam www.zimbio.com).

Walau unsur audio juga termasuk dalam komunikasi visual namun ia hanya sebagai pendukung.

“Yang lebih ditonjolkan dalam suatu karya desain komunikasi visual tetalah unsur visualnya. Penekanan desain komunikasi visual adalah pada segi visual. Tetapi dalam perkembangannya agar desain grafis terlindung dalam bentangan payung desain komunikasi visual maka perlu dilengkapi dan ditunjang oleh beberapa bidang ilmu sosial yang bersifat wacana maupun praktis yang dirasakan cukup signifikan” (Budiman dalam www.zimbio.com).

2.1.4 Komunikasi Massa

Secara sederhana komunikasi massa didefinisikan sebagai “komunikasi melalui atau menggunakan media massa” (Widjaja, 2002:24), atau pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang” (Bittner dalam Ardianto dan Erdinaya, 2004:3). Hal tersebut berarti komunikasi massa menggunakan media massa baik itu cetak maupun elektronik. Dengan demikian komunikasi massa dilakukan untuk menjangkau masyarakat luas.

“Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dan menghubungkan

komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpancar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu” (Tan dan Wright dalam Ardianto dan Erdinaya, 2004:3).

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh Gerbner yaitu “komunikasi massa merupakan *produksi dan distribusi* yang berlandaskan *teknologi dan lembaga* dari arus pesan yang *kontinyu* serta paling luas dimiliki orang dalam *masyarakat industri*” (Ardianto dan Erdinaya, 2004:4). Dari definisi ini dapat dilihat bahwa komunikasi massa menghasilkan produk berupa pesan-pesan yang didistribusikan kepada khalayak luas. Dilihat dari sifat dan cirinya, komunikasi massa juga diartikan sebagai “setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara *terbuka* melalui *media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah* pada publik yang *tersebar* (Meletzke dalam Ardianto dan Erdinaya, 2004:4). Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikan tidak hanya berada di satu tempat melainkan tersebar di berbagai tempat.

“Bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khalayak yang *relatif besar, heterogen dan anonim*; pesan disampaikan secara *terbuka, serentak*, bersifat *sekilas*; komunikator cenderung berada atau bergerak dalam *organisasi yang kompleks* yang melibatkan *biaya besar*” (Wright dalam Ardianto dan Erdinaya, 2004:5).

Selain merupakan sebuah ilmu, ternyata komunikasi massa juga merupakan suatu bentuk seni dan keterampilan dalam mempengaruhi khalayak.

Seni dan keterampilan dibutuhkan agar tercapai komunikasi massa yang efektif.

“Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika wawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik” (Severin dan Tankard dalam Ardianto dan Erdinaya, 2004:6).

Definisi komunikasi massa seperti yang dirangkum Rahmat dari definisi-definisi tersebut diatas:

“Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan pada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat” (Ardianto dan Erdinaya, 2004:7).

2.1.4.1 Ciri-ciri dan Karakteristik Komunikasi Massa

Menyimak definisi berbagai komunikasi massa yang dikemukakan para ahli, nampaknya tidak ada perbedaan yang mendasar. Hal ini memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan secara tidak langsung dapat diketahui pula ciri-ciri komunikasi massa. Dari definisi komunikasi massa yang sebelumnya sudah cukup jelas bisa didefinisikan dalam tiga ciri:

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (Wright dalam Severin dan Tankard, 2005:4).

Komunikasi massa memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan bentuk komunikasi lainnya. Karakteristik ini perlu diketahui dan dipahami demi mencapai efektifitas ketika menggunakan media massa.

1. Bersifat simultan, ialah bahwa walaupun komunikan berada pada jarak terpisah satu sama lain, tetapi media massa mampu membina keserempakan kontak dengan komunikan dalam penyampaian pesan.
2. Bersifat umum, ialah pesan yang disampaikan melalui media massa ditujukan kepada umum dan disamping itu juga mengenai kepentingan umum.
3. Komunikannya heterogen, sebagai konsekuensi dari penyebaran yang sangat luas, maka komunikan dari komunikasi massa terdiri dari berbagai macam (heterogen).
4. Berlangsung satu arah, ialah bahwa feedback yang terjadi adalah delayed feedback, berbeda dengan komunikasi tatap muka (Widjaja, 2002:25).

Karena yang menjadi komunikan dalam komunikasi massa adalah khalayak yang heterogen, maka mau tidak mau komunikasi massa mempunyai pengaruh atau mampu mempengaruhi dan dipengaruhi oleh khalayak tersebut. Sehingga kedudukan komunikasi massa dalam masyarakat memiliki fungsi-fungsi dalam hubungannya dengan masyarakat luas.

1. Fungsi Informasi, diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.
2. Fungsi Pendidikan, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa menyampaikannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.
3. Fungsi Mempengaruhi, secara implisit fungsi ini terdapat pada tajuk/editorial, feature, iklan, artikel dan sebagainya.
4. Fungsi Proses Pengembangan Mental, untuk mengembangkan wawasan kita perlu berkomunikasi dengan orang lain. dengan berkomunikasi, pengetahuan manusia akan bertambah dan intelektualitasnya berkembang.
5. Fungsi Adaptasi Lingkungan, setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan dunianya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Proses pengiriman pesan oleh komunikator kepada komunikan dapat membantu kita dalam berhubungan dengan orang lain, saling menyesuaikan diri, sehingga menimbulkan kesamaan diantara komunikator dan komunikan.
6. Fungsi Manipulasi Lingkungan, dalam fungsi manipulasi, komunikasi massa digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengaturan lingkungan (Karnilah dalam Widjaja, 2002:19-22).

2.1.5 Pers dan Jurnalistik

Pers merupakan komponen yang memiliki peran penting dalam sejarah perkembangan peradaban manusia. Ia menyediakan informasi-informasi yang penting bagi khalayak dalam proses pendewasaan masyarakat itu sendiri. Selain memiliki fungsi sosial, pers juga memiliki fungsi bisnis. Pengertian pers bila dilihat dari segi bisnis adalah "suatu kelompok kerja yang terdiri dari

berbagai komponen (wartawan, redaktur, tata letak, percetakan, sirkulasi, iklan, tata usaha, dan sebagainya), yang menghasilkan produk berupa media cetak” (Djuroto, 2004:4). Menurut Leksikon,

“Pers berarti: 1) usaha percetakan atau penerbitan; 2) usaha pengumpulan dan penyiaran berita; 3) penyiaran berita melalui surat kabar, majalah, radio, dan televisi; 4) orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita; 5) medium penyiaran berita: surat kabar, majalah, radio dan televisi” (Djuroto, 2004:4).

Secara harfiah istilah “*press*” dalam bahasa Inggris, karena proses produksinya memakai tekanan (*pressing*) (Djuroto, 2004:4). Menurut undang-undang Indonesia nomor 21 tahun 1982,

“Pers adalah lembaga kemasyarakatan, alat perjuangan nasional yang mempunyai karya sebagai salah satu media komunikasi massa, bersifat umum berupa penerbitan yang teratur waktu terbitnya, dilengkapi atau tidak dengan alat-alat milik sendiri berupa percetakan, alat-alat foto, klise, mesin-mesin stensil atau alat-alat teknik lainnya” (Djuroto, 2004:4).

Pada mulanya pers identik dengan media cetak. Sebagian orang juga menyebut istilah pers sebagai kependekan dari persuratkabaran. Seiring berkembangnya teknologi, dengan terciptanya media elektronik seperti televisi dan radio maka kata “pers” mengalami perluasan makna. “Pers dalam arti sempit terbatas pada media cetak saja, tetapi pers dalam arti luas mencakup juga televisi, radio dan film” (R. Amak Syarifuddin dalam Djuroto, 2004:5). Dalam bukunya yang berjudul “Teori dan Praktik Jurnalistik” Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat menyebutkan ada dua pengertian tentang pers yaitu pers dalam arti sempit dan luas. “Dalam arti sempit yaitu

yang menyangkut kegiatan komunikasi yang hanya dilakukan dengan perantara barang cetakan, sedangkan dalam arti luas yaitu yang menyangkut kegiatan komunikasi baik melalui media cetak maupun dengan media elektronik”.

“Pers merupakan suatu lembaga kemasyarakatan dimana orang-orang berkumpul untuk berusaha mencapai suatu tujuan melayani dan mengatur kebutuhan hati nurani manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupan sehari-hari yaitu memberitahukan segala informasi tentang peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan kegiatan usaha, hal-hal yang bersangkutan dengan kesehatan, pendidikan, hiburan, hobi, olahraga, kepercayaan, agama, dan lain sebagainya” (Suhandang, 2004:51).

Ini berarti pers melakukan kegiatan pencarian, pengumpulan, pengolahan, dan penyajian informasi. Dalam konteks komunikasi, “pers merupakan media massa yang berfungsi menyalurkan dan memperlancar sampainya pesan komunikasi kepada khalayak” (Suhandang, 2004:96). Memperlancar disini maksudnya adalah mempermudah khalayak untuk menerima atau mengakses informasi. pengertian media massa itu sendiri yaitu, “media artinya alat komunikasi, sedangkan massa adalah kependekan dari masyarakat” (Djuroto, 2004:10).

2.1.5.1 Fungsi Pers

Setiap komponen dalam masyarakat selalu memiliki fungsinya masing-masing. Pers sebagai lembaga kemasyarakatan memiliki beberapa fungsi utama yakni “fungsi informatif, fungsi kontrol, fungsi interpretatif, fungsi menghibur, fungsi regeneratif, fungsi pengawasan hak-hak

warga negara, fungsi ekonomi, fungsi swadaya” (Kusumaningrat, 2006:27-28).

“Pers membawa *fungsi informatif* dan *interpretatif* mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam kehidupan, sebagai *alat kehidupan* sehari-hari, sebagai *penghibur*, sebagai alat untuk *mempertahankan prestise sosial*, dan sebagai *penghubung* dalam pengertian untuk mempertahankan kehidupan dimana ukuran moral terus berkembang” (Schramm dalam Suhandang, 2004:96).

Adapula fungsi utama pers yang berlaku secara universal menurut AS. Haris Sumadiri dalam bukunya yang berjudul “Jurnalistik Indonesia” yakni “informasi (*to inform*), edukasi (*to educate*), koreksi (*to influence*), rekreasi (*to entertaint*), mediasi (*to mediate*)”. Adapula peran pers dalam masyarakat menurut C. Cohen yakni sebagai:

1. Pelapor (*informer*), disini pers bertindak sebagai mata dan telinga masyarakat, melaporkan peristiwa-peristiwa yang diluar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka.
2. *Interpreter* yang memberikan penafsiran atau arti pada suatu peristiwa.
3. Wakil dari publik (*representative of the public*), pers juga berperan sebagai pengkritik terhadap pemerintah.
4. Pembuat kebijakan dan advokasi. (Iswara, 2005:7-8).

2.1.5.2 Ciri-ciri dan Karakteristik Pers

Pers juga memiliki ciri spesifik atau karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan media lain. Ada lima ciri spesifik pers yakni:

1. Perioditas, pers terbit secara teratur atau periodik.
2. Publisitas, pers ditujukan untuk khalayak umum yang sangat heterogen.
3. Aktualitas, informasi yang disuguhkan oleh pers adalah hal-hal yang baru.

4. Universalitas, berkaitan dengan kesemestaan pers dilihat dari keanekaragaman materi isinya dan sumbernya.
5. Objektivitas, setiap informasi yang disuguhkan oleh pers harus dapat dipercaya dan menarik perhatian pembaca, tidak mengganggu perasaan pendapat mereka. Pers menyajikan hal-hal yang faktual dan apa adanya. (Sumandiria, 2005:37-38).

2.1.6 Majalah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "majalah adalah terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui pembaca. Dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan dan sebagainya. Dan menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu dan sebagainya" (1989:521).

Majalah adalah publikasi atau terbitan berkala yang memuat berbagai artikel, berita, cerita, dongeng, mitos, legenda untuk umum (www.elibrary.mb.ipb.ac.id).

Majalah yaitu terbitan berkala yang berisi berbagai macam artikel dalam subyek yang bervariasi seperti informasi, cerita, tips, fashion, hobi dan sebagainya. Majalah biasanya diterbitkan mingguan, dwi mingguan, atau bulanan. Majalah memiliki artikel mengenai topik populer yang ditujukan pada masyarakat umum dan ditulis dalam gaya bahasa yang menarik dan mudah dimengerti oleh orang banyak (www.petrajakarta.ac.id).

2.1.6.1 Fungsi Majalah

Elvinaro Ardianto dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* mengatakan,

“mengacu pada sasaran khalayak yang spesifik, maka fungsi utama majalah berbeda satu dengan yang lainnya. Majalah berita seperti *Gatra* mungkin lebih berfungsi sebagai media informasi tentang berbagai peristiwa dalam dan luar negeri, dan fungsi berikutnya adalah hiburan. Majalah wanita dewasa *Femina*, meskipun isinya relatif menyangkut berbagai informasi dan tips masalah kewanitaan, lebih bersifat menghibur. Fungsi informasi dan mendidik mungkin menjadi prioritas berikutnya. Majalah pertanian *Trubus* fungsi utamanya adalah memberi pendidikan mengenai bercocok tanam, sedangkan fungsi berikutnya mungkin informasi” (2007:120).

2.1.6.2 Karakteristik Majalah

Ada beberapa karakteristik majalah, yaitu:

1. Penyajian lebih dalam
Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, selebihnya dwimingguan, bahkan bulanan. Sehingga para reporternya memiliki waktu yang cukup lama untuk memahami dan mempelajari suatu peristiwa. Mereka juga punya waktu yang leluasa untuk melakukan analisis terhadap peristiwa tersebut, sehingga penyajian berita dan informasinya dapat dibahas lebih dalam. Analisis beritanya dapat dipercaya dan didasarkan pada buku referensi yang relevan dengan peristiwa.
2. Nilai aktualitas lebih lama
Apabila nilai aktualitas surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualitas majalah bisa satu minggu. Sebagai contoh, kita menganggap usang surat kabar kemarin atau dua hari yang lalu bila kita baca saat ini. Akan tetapi kita tidak pernah menganggap usang majalah yang terbit satu atau dua hari yang lalu. Sebagaimana kita alami bersama, bahwa dalam membaca majalah tidak pernah tuntas sekaligus. Pada hari pertama mungkin kita hanya membaca topik yang kita senangi atau topik yang relevan dengan profesi kita, hari esok dan seterusnya kita membaca topik lain

sebagai referensi. Dengan demikian, majalah mingguan baru tuntas kita baca dalam tempo tiga atau empat hari.

3. Gambar/foto lebih banyak

Jumlah halaman majalah lebih banyak, sehingga selain penyajian beritanya yang mendalam, majalah juga dapat menampilkan gambar /foto yang lengkap, dengan ukuran besar dan kadang-kadang berwarna, serta kualitas kertas yang digunakannya pun lebih baik. Foto-foto yang ditampilkan majalah memiliki daya tarik tersendiri, apalagi foto tersebut sifatnya eksklusif.

4. Cover sebagai daya tarik

Disamping foto, cover atau sampul majalah juga merupakan daya tarik tersendiri. Cover adalah ibarat pakaian dan aksesorisnya pada manusia. Cover majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan gambar dan warna yang menarik. Menarik tidaknya suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau kejegan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya. Misalnya, cover majalah mingguan *Gatra* yang memiliki ciri khas sisi sekeliling cover berwarna merah, menampilkan foto atau lukisan orang menjadi fokus pemberitaan. Dalam hal ini cover mencerminkan isi dari rubrik "Laporan Utama" majalah *Gatra*, dan dapat dipastikan bahwa laporan utama itu diangkat dari peristiwa (berita) yang paling hangat dan menarik. (Ardianto dan Komala, 2007:121-122)

2.1.7 Gambar Ilustrasi

Gambar ilustrasi adalah gambar atau bentuk visual lain yang menyertai suatu teks, tujuan utama dari ilustrasi adalah memperjelas naskah atau tulisan dimana ilustrasi itu dikumpulkan. (Enciclopedia Americana, 1990, No;14:787).

"Ilustrasi gambar adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan" (Kusmiyati, 1999:46). Dengan demikian, gambar ilustrasi adalah gambar yang bercerita yang memiliki tema sesuai dengan tema isi cerita tersebut.

Gambar ilustrasi dimulai dengan adanya upaya untuk menggunakan grafis sebelum tulisan, yang ingin sekedar atau untuk memenuhi kepuasan estesis, merupakan pengganti kata-kata atau pengesahan lisan (www.smartconsultingbandung.com).

Prof. Wilbur Schram mengatakan bahwa, Gambar ilustrasi merupakan sebuah cara komunikasi antara komunikasi seseorang dengan orang lain, sekalipun didalam masyarakat primitive yang berusaha mengungkapkan isi cerita melalui gambar (www.smartconsultingbandung.com).

Dalam proses belajar mengajar ilustrasi merupakan bagian yang paling menarik untuk belajar melalui gambar-gambar, dari hasil penelitian Seth Spaulding menyimpulkan ilustrasi gambar sebagai berikut:

1. Ilustrasi gambar merupakan perangkat pelajaran yang sangat menarik minat belajar siswa.
2. Ilustrasi gambar membantu siswa membaca dalam penafsiran dan mengingat isi materi teks yang menyertainya.
3. Pada umumnya anak-anak lebih menyukai setengah atau sehalaman penuh bergambar disertai beberapa petunjuk yang jelas.
4. Ilustrasi gambar harus dikaitkan dengan kehidupan yang nyata, agar minat para siswa menjadi efektif.
5. Ilustrasi gambar hendaknya ditata sedemikian rupa (Sudjana, 2001:12).

2.1.8 Semiotik dan Semiologi

Pada dasarnya kata *semiotik* dan *semiologi* mengandung makna yang sama persis. Menurut Hawkes satu-satunya perbedaan diantara keduanya adalah bahwa istilah *semiologi* biasanya digunakan di Eropa, sementara *semiotik* cenderung dipakai oleh mereka yang berbahasa Inggris. Selain itu Masinanbow menambahkan: perbedaan kedua istilah itu menunjukkan perbedaan orientasi. "*Semiologi* mengacu pada tradisi Eropa yang bermula pada Ferdinand de Saussure. Sedangkan *semiotik* pada tradisi Amerika yang bermula pada Charles Sanders Peirce" (Sobur, 2004:16). Dalam sejarah linguistik selain istilah *semiotik* dan *semiologi* ada pula istilah lain seperti *semasiologi*, *sememik*, *semiosis* dan *semik* untuk merujuk pada bidang studi yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda atau lambang.

"Secara harfiah kata *semiotika* itu sendiri berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti "tanda" atau *seme* yang berarti "penafsir tanda"" (Sobur, 2004:12). Dalam definisi Saussure, "*semiologi* merupakan sebuah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di tengah masyarakat dan dengan demikian menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial" (Sobur, 2004:12).

Secara terminologis Umberto Eco mengatakan, "semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda" (Sobur, 2004:95). Van Zoest, mengartikan semiotik sebagai "ilmu tanda (sign) dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain,

pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya” (Sobur, 2004:96).

Bagi Charles Sanders Peirce, “semiotik adalah suatu tindakan, pengaruh, atau kerja sama tiga subjek yaitu tanda, objek, dan interpretan atau penafsir” (Sobur, 2004:109). Definisi lain juga dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut:

Dalam konteks sastra, Teeuw memberikan batasan semiotik sebagai “model sastra yang mempertanggungjawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala susastra sebagai alat komunikasi yang khas didalam masyarakat manapun” (Sobur, 2004:96).

Dick Haroko menyatakan bahwa semiotika adalah “ilmu yang secara sistematis mempelajari tanda-tanda dan lambang-lambang, sistem-sistemnya dan proses perlambangan” (Sobur, 2004:96).

Semiotik menurut Preminger adalah

“ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti” (Sobur, 2004:96).

Semiotik adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda.

Barthes mengatakan,

“semiotik pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal dimana objek-objek itu

hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda” (Sobur, 2004:15).

Menurut Lechte semiotika adalah “suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana sign ‘tanda-tanda’ dan berdasarkan pada sign system (code) ‘sistem tanda’” (Sobur, 2004:16). Cobley dan Janz menyebutnya sebagai “ilmu analisis tanda atau studi tentang bagaimana sistem penanda berfungsi” (Sobur, 2004:16). Komaruddin Hidayat menyebutkan,

“bidang kajian semiotika atau semiologi adalah mempelajari fungsi dalam teks, yaitu bagaimana memahami sistem tanda yang ada dalam teks yang berperan membimbing pembacanya agar bisa menangkap pesan yang terkandung didalamnya. Semiologi berperan untuk melakukan interogasi terhadap kode-kode yang dipasang oleh penulis agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan dalam sebuah teks” (Sobur, 2004:106-107).

Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiosis sebagai “suatu hubungan di antara tanda, objek dan makna” (Sobur, 2004:16). Sedangkan Charles Morris menyebutnya sebagai “suatu proses tanda, yaitu proses ketika sesuatu merupakan tanda bagi beberapa organisme” (Sobur, 2004:16).

“Semiotik berdasar pada konsep tentang tanda, tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun-sejauh terkait dengan pikiran manusia- seluruhnya terdiri atas tanda-tanda” (Sobur, 2004:13).

Secara sederhana, dapat dilihat garis besar dari definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli tersebut diatas, bahwa semiotik merupakan suatu ilmu yang mempelajari tanda, apapun bentuknya, serta segala hal yang berhubungan dengan tanda. Dengan demikian pada dasarnya pusat perhatian pendekatan semiotik adalah pada tanda. Tanda itu sendiri oleh Umberto Eco didefinisikan sebagai “sesuatu yang dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain” (Sobur, 2004:95). Lebih lanjut ia juga menyatakan,

“sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada suatu waktu tertentu. Dengan begitu semiotik pada prinsipnya adalah sebuah disiplin yang mempelajari apapun yang bisa digunakan untuk menyatakan suatu kebohongan, jika sesuatu tersebut tidak dapat digunakan untuk mengatakan suatu kebohongan, maka tidak bisa digunakan untuk menyatakan kebenaran” (Sobur, 2004:18).

Alex Sobur dalam bukunya yang berjudul *Semiotika Komunikasi* mengatakan bahwa “tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia” (Sobur, 2004:15). Hjelmsev mendefinisikan tanda sebagai “suatu keterhubungan antara wahana ekspresi (*expression plan*) dan wahana isi (*content plan*)” (Sobur, 2004:16). Dalam pandangan Peirce tanda adalah “sesuatu yang hidup dan dihidupi (*cultivated*). Ia hadir dalam proses interpretasi (*semiosis*) yang mengalir” (Sobur, 2004:17).

Ada dua pendekatan penting terhadap tanda yang biasa menjadi rujukan para ahli. Pertama adalah pendekatan yang didasarkan pada pandangan Ferdinand de Saussure yang mengatakan bahwa tanda-tanda disusun dari dua elemen yaitu aspek citra bunyi (semacam kata atau representasi visual) dan sebuah konsep di mana citra bunyi disandarkan. Menurut Saussure:

“Tanda merupakan manifestasi konkret dari citra bunyi dan sering diidentifikasi dengan citra bunyi itu sebagai penanda. Dengan kata lain didalam tanda terungkap citra bunyi ataupun konsep sebagai dua komponen yang tak terpisahkan. Dengan kata lain, kehadiran yang satu berarti pula kehadiran yang lain seperti dua sisi kertas” (Sobur, 2004:32).

Setiap tanda memiliki dua bagian, Ferdinand de Saussure berpandangan “setiap tanda tersusun oleh dua bagian yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Tanda adalah kesatuan bentuk penanda dan petanda. Penanda adalah aspek material bahasa dan petanda adalah aspek mental bahasa” (Sobur, 2004:46). Lebih jelasnya,

“*signifier* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material) yakni apa yang dikatakan dan yang ditulis atau dibaca. *Signified* adalah gambaran mental yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa” (Sobur, 2004:125).

Lebih lanjut Saussure berpendapat bahwa “petanda adalah segala sesuatu yang telah dikerjakan dengan aktifitas mental seseorang sebagai penanda” (Sobur, 2004:109). Menurut Saussure,

“tanda “mengekspresikan” gagasan sebagai kejadian mental yang berhubungan dengan pikiran manusia. Jadi, tanda dianggap sebagai alat komunikasi antar dua orang manusia

yang secara sengaja dan bertujuan menyatakan maksud” (Sobur, 2004:109).

Hubungan antara keberadaan fisik tanda (*signifier*) dan konsep mental (*signified*) tersebut dinamakan *signification*. *Signification* adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia (Sobur, 2004:125).

Pendekatan yang kedua adalah yang didasarkan pada pandangan Charles Sanders Peirce. Dalam lingkungan semiotika, Peirce seringkali mengulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu. Agar bisa ada sebagai suatu tanda, maka tanda tersebut harus ditafsirkan. Dengan demikian suatu tanda itu tidak pernah berupa suatu identitas sendirian, tetapi memiliki tiga aspek. Maka selain tanda (*sign* atau *representamen*) dan yang diwakili oleh tanda (*object*), ada satu aspek lagi yang harus ada agar tanda itu bisa ada sebagai suatu tanda, yaitu penafsir (*interpretant*). Peirce mengatakan bahwa “tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kekeduaan, dan penafsirnya adalah contoh dari keketigaan” (Sobur, 2004:40-41). Menurutnya:

“tanda adalah segala sesuatu yang ada pada seseorang untuk menyatakan sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda bisa berarti sesuatu bagi seseorang jika hubungan yang “berarti” ini diperantarai oleh interpretan” (Sobur, 2004:40-41).

Tanda yang dikaitkan dengan *ground* (sesuatu yang digunakan agar tanda itu bisa berfungsi) oleh Peirce dibagi menjadi:

- a. *Qualisign* : Penanda yang bertalian dengan kualitas,
- b. *Sinsign* : Penanda yang bertalian dengan kenyataan,

- c. *Legisign* : Penanda yang bertalian dengan kaidah (Sobur, 2004:97).

Berdasarkan objeknya ia juga membagi tanda atas tiga bagian yakni:

- a. Ikon, adalah tanda yang hubungan antara tanda dan objeknya bersifat kemiripan.
- b. Indeks, adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan objek yang bersifat kausal atau sebab akibat atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan.
- c. Simbol, adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara tanda dan objek yang bersifat arbitrer atau semena, hubungan didasarkan pada perjanjian masyarakat. (Sobur, 2004:41-42).

Ia mengemukakan bahwa “tanda-tanda berkaitan dengan objek-objek yang menyerupainya (ikon), keberadaannya memiliki hubungan sebab-akibat dengan tanda-tanda (indeks) atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut (simbol)” (Sobur, 2004:34). Dalam pandangan Peirce:

“sebuah analisis tentang esensi tanda mengarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya. Pertama dengan mengikuti sifat objeknya, ketika kita menyebut tanda sebuah *ikon*. Kedua, menjadi kenyataan dan keberadaannya berkaitan dengan objek individual, ketika kita menyebut tanda sebuah *indeks*. Ketiga, kurang lebih, perkiraan yang pasti bahwa hal itu diinterpretasikan sebagai objek denotatif sebagai akibat dari suatu kebiasaan ketika kita menyebut tanda sebuah *simbol*” (Sobur, 2004:35).

Peirce juga membagi tanda berdasarkan penafsirnya:

- a. Rheme : Tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan.
- b. Dicisign : Tanda yang memberikan informasi tentang sesuatu sesuai dengan kenyataan.
- c. Argument : Tanda yang langsung memberikan alasan atau penilaian tentang sesuatu. (Sobur, 2004:42-43).

Dalam perkembangan kajiannya hingga kini semiotik telah dibedakan menjadi dua yakni semiotik komunikasi dan semiotik signifikasi.

“Semiotik komunikasi menekankan teori produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima, kode, pesan, saluran komunikasi, acuan atau hal yang dibicarakan. Sementara semiotik signifikasi memberi tekanan pada teori pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. Pada komunikasi signifikasi tidak dipersoalkan tujuan komunikasi, melainkan mengutamakan segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya lebih diperhatikan ketimbang komunikasinya” (Jakobson dalam Sobur, 2004:131-132).

Semiotik jarang bersifat kuantitatif bahkan kerap menolak pendekatan kuantitatif.

“Dalam semiotik tidak ada alasan bahwa item yang paling sering muncul adalah yang paling penting atau paling signifikan terhadap teks, sudah tentu akan menstruktur secara keseluruhan. Tempat yang diduduki oleh unsur yang berbeda jauh lebih penting ketimbang kemunculannya” (Oliver Burgelin dalam Sobur, 2004:145).

2.1.8.1 Semiologi Roland Barthes

Konsep dasar semiotik Roland Barthes berangkat dari pendapat Ferdinand de Saussure. Pendekatan ini menekankan pada tanda-tanda yang disertai maksud (*signal*) serta berpijak dari pandangan berbasis pada tanda-tanda yang tanpa maksud (*symptom*). Jika dalam Saussure ada yang dikenal dengan *signifier* dan *signified* sebagaimana yang tadi telah disebutkan, maka dalam konsep Barthes ada pula yang disebut dengan

denotasi dan konotasi. Denotasi adalah pemaknaan tingkat pertama dan konotasi adalah pemaknaan tingkat kedua.

Dalam pengertian umum, denotasi dimengerti sebagai makna harfiah, atau makna yang "sesungguhnya". Bahkan kadang juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi denotasi ini secara tradisional biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi, di dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua.

"Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan dengan demikian sensor atau represi politis. Sebagai reaksi yang paling ekstrim melawan keharfiahan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya, yang ada hanyalah konotasi semata-mata. Penolakan ini mungkin terasa berlebihan, namun ia tetap berguna sebagai sebuah koreksi atas kepercayaan bahwa makna "harfiah" merupakan sesuatu yang bersifat alamiah" (Budiman dalam Sobur, 2004:71).

Sedangkan konotasi adalah sistem signifikasi tahap kedua. Walaupun merupakan sifat asli tanda, konotasi memerlukan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Dalam Fiske, Barthes menyatakan, "faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama. Penanda tatanan pertama merupakan tanda konotasi" (Fiske, 2007:119).

Sehubungan dengan itu, Roland Barthes juga menambahkan sistem pemaknaan yang sebelumnya hanya terdapat satu tahap menjadi dua tahap. Sistem pemaknaan tahap kedua ini oleh Barthes disebut dengan *konotatif*,

yang di dalam *mythologies*-nya secara tegas dibedakan dari *denotatif* (sistem pemaknaan tataran pertama).

Gambar 2.1

Peta Tanda Roland Barthes

1. Sigifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

(Sumber: Paul Coley & Litza Jansz, *Mengenal Semiotika for Beginner*, 2002:51)

“tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat yang bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin” (Sobur, 2004:69).

Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, tetapi juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

Tabel 2.1
Perbandingan Antara Konotasi dan Denotasi

Konotasi	Denotasi
Pemakaian literatur Petanda Kesimpulan Memberi kesan tentang makna dunia mitos	Literatur Penanda Jelas Menjabarkan Dunia keberadaan/eksistensi

Sumber: (Arthur Asa Langer dalam Hakim, 2008:35)

Maka yang disebut sebagai denotasi adalah hal yang tersurat. Dalam penelitian ini adalah esensi karikatur di Majalah Tempo apa adanya. Denotasi merupakan makna paling nyata dari karikatur Majalah Tempo yang bersifat objektif. Sedangkan yang disebut sebagai konotasi adalah makna yang terbentuk dari interaksi antara tanda-tanda dalam karya karikatur di Majalah Tempo dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya.

Konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebutnya sebagai 'mitos', dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode (Budiman dalam Sobur, 2004:71).

Bagi Barthes mitos "merupakan cara berpikir dari suatu kebudayaan tentang sesuatu, cara untuk mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu" (Fiske, 2007:121). "Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami berbagai aspek realitas dan

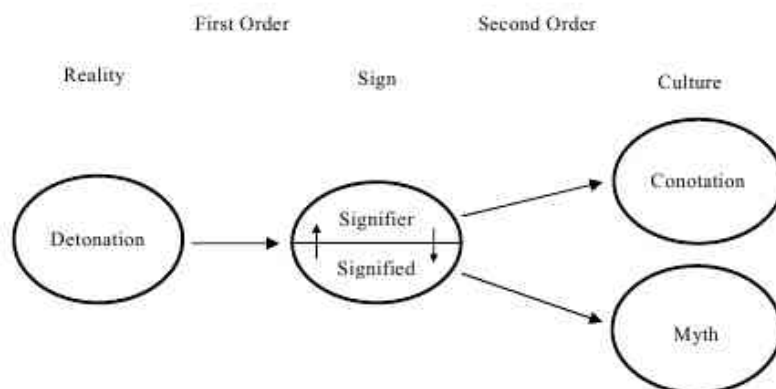
gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu denotasi” (Sobur, 2001:128).

“Mitos adalah sebuah sistem komunikasi yang dengan demikian ia adalah pesan. Mitos kemudian tak mungkin menjadi objek, suatu konsep, atau sebuah ide, karena mitos adalah mode penandaan yakni sebuah bentuk” (Barthes dalam Kurniawan, 2001:84).

Didalam mitos terdapat pola tiga dimensi yakni, penanda, petanda, dan tanda. Namun sebagai sistem pemaknaan, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya. Didalam mitos pula sebuah tanda dapat memiliki beberapa penanda. Jumlah petanda lebih sedikit dari penanda. “Sehingga terjadi kemunculan sebuah konsep secara berulang-ulang dalam bentuk-bentuk yang berbeda. Bentuk-bentuk pengulangan konsep itulah yang dipelajari dalam mitologi” (Sobur, 2004:71).

Gambar 2.2

Model Analisis Roland Barthes



Sumber: John Fiske, Introduction to Communication Studies, (1990:44)

“signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu perasaan dan emosi pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain kita dapat menjelaskan bahwa denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek dan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya” (Sobur, 2004:127-128).

Berdasarkan gambar di atas mitos adalah pemaknaan tatanan kedua dari petanda. “Bila konotasi merupakan pemaknaan tatanan kedua dari penanda, mitos merupakan pemaknaan tatanan kedua dari petanda” (Fiske, 2007:121). Dengan kata lain mitos adalah makna dari makna konotasi.

Berkaitan dengan konotasi, adalah apa yang diacu Roland Barthes sebagai mitos. Barthes berpendapat bahwa tahapan-tahapan signifikasi yang disebut denotasi dan konotasi menyatu untuk menghasilkan ideologi yang telah digambarkan sebagai tahapan ketiga dari signifikasi (Daniel Chandler dalam Hakim, 2008:35).

Signifikasi tahap ketiga mencari tahu ideologi dari sebuah teks dengan cara menemukan mitos-mitos yang membentuknya. Definisi ideologi oleh Raymond Williams dibedakan menjadi tiga penggunaan utama:

“**Pertama**, suatu sistem keyakinan yang menandai kelompok atau kelas tertentu. **Kedua**, suatu sistem keyakinan ilusioner yakni gagasan palsu atau kesadaran palsu yang bisa dikontraskan dengan pengetahuan sejati atau pengetahuan ilmiah. **Ketiga**, proses umum produksi makna dan gagasan” (Fiske, 2007:228).

Asal-usul kata ideologi hanyalah berarti teori gagasan-gagasan (Sobur, 2004:210). Ideologi pada akhir abad ke- 18 dipakai untuk menunjuk pada ilmu tentang gagasan (Tracy dalam Sobur, 2004:211).

Dalam ilmu sosial dikenal dua pengertian tentang ideologi yakni secara fungsional dan struktural.

“Ideologi secara fungsional diartikan seperangkat gagasan tentang kebaikan bersama atau tentang masyarakat dan negara yang dianggap paling baik. Sedangkan secara struktural diartikan sebagai sistem kebenaran, seperti gagasan dan formula politik atas setiap kebijakan dan tindakan yang diambil oleh penguasa” (Surbakti dalam Sobur, 2004:216).

Lewat bahasa, ideologi dapat disampaikan baik secara eksplisit maupun implisit. Menurut Althusser, “ideologi adalah definisi realitas yang kabur dan gambaran hubungan antara kelas atau hubungan imajiner para individu dengan kondisi keberadaan mereka yang sebenarnya” (Denis McQuail, 1991:66).

Mitos adalah suatu wahana di mana ideologi itu berwujud dan dapat berangkai menjadi mitologi. Kita bisa menemukan ideologi dalam sebuah teks dengan meneliti makna konotasi yang ada di dalamnya.

Seperti yang diungkap Susilo:

Suatu teknik yang menarik dan memberikan hasil yang baik untuk masuk kedalam titik tolak berfikir ideologis adalah mempelajari mitos. Mitos dalam pandangan Susilo adalah suatu wahana dimana suatu ideologi berwujud. Mitos dapat berangkai menjadi mitologi yang memainkan peranan penting dalam kesatuan-kesatuan budaya (Sobur, 2004:24).

Kita bisa menemukan ideologi dengan meneliti konotasi-konotasi yang terdapat didalamnya (Van Zoest dalam Sobur, 2004:129).

Salah satu cara adalah mencari mitologi dalam teks-teks semacam itu. Ideologi adalah suatu yang abstrak. Mitologi (kesatuan mitos-mitos yang koheren) menyajikan inkarnasi makna-makna yang mempunyai wadah dan ideologi. Ideologi harus dapat diceritakan. Cerita itulah yang akhirnya disebut dengan mitos (Kurniawan, 2001:87).

Barthes memampatkan ideologi dengan mitos karena baik mitos maupun ideologi, hubungan antara penanda konotatif dan petanda konotatif terjadi secara termotivasi (Budiman dalam Sobur, 2004:71). "Mitos dan nilai-nilai konotatif adalah ideologi karena ideologi itulah maka mitos dan konotasi mewujudkan kegunaannya" (Fiske, 2007:230-231).

Daniel Chandler menyimpulkan bagaimana tahapan signifikasi dapat dipakai sebagai alat analisis:

Signifikasi tahap pertama (denotatif) dilihat sebagai representasi utama dan relatif berdiri sendiri. Signifikasi tahap kedua (konotatif) mencerminkan nilai-nilai yang dinyatakan 'yang terdapat dalam tanda'. Pada tahap ketiga (mitologis dan ideologis) signifikasi tanda mencerminkan konsep-konsep besar kebudayaan yang menyokong sebuah pandangan khusus dunia seperti maskulinitas, femininitas, kebebasan, individualisme, objektifisme, keinggrisan dan sebagainya (Daniel Chandler dalam Hakim, 2008:37).

Dari berbagai uraian yang telah dikemukakan di atas, penulis mengambil kesimpulan mengenai tiga tahap signifikasi Roland Barthes yang dapat digunakan untuk menjawab masalah pokok penelitian dalam skripsi ini. Yaitu sebagai berikut:

Pertama, signifikasi tahap pertama yaitu makna denotasi, di mana denotasi adalah hal yang tersurat, atau esensi suatu objek apa adanya. Denotasi merupakan makna paling nyata dan tanda yang merupakan hubungan antara signifier (penanda) dan signified (petanda). Signifier adalah bunyi atau coretan bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Signified adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dan bahasa.

Kedua, signifikasi tahap kedua yaitu makna konotasi, dimana konotasi adalah hal yang tersirat, mencerminkan nilai-nilai yang terdapat pada tanda. Makna konotasi menggambarkan interaksi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya. Selain itu, konotasi mempunyai makna subjektif atau paling tidak intersubjektif. Tanda konotasi adalah yang merupakan penanda dalam tatanan pertama.

Ketiga, signifikasi tahap ketiga yaitu tahapan mitologis dan ideologis. Mitologi merupakan kesatuan mitos-mitos yang koheren. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos adalah juga suatu wahana di mana ideologi itu berwujud dan dapat berangkai menjadi mitologi. Mitologi dan ideologi mencerminkan konsep-konsep besar kebudayaan dari sebuah teks. Mitos adalah cerita yang digunakan oleh suatu kebudayaan untuk menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam. Mitos merupakan cara berpikir dari suatu kebudayaan

tentang sesuatu, cara untuk mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu. Mitos adalah makna dari makna konotasi. Mitos dan nilai-nilai konotatif adalah ideologi.

Mengenai ketiga tahap yang terurai di atas Masdiana memberikan contoh sederhana sebagai berikut,

“Tentara terdiri atas penanda T-E-N-T-A-R-A dan petandanya adalah orang berseragam dan bersenjata. Penanda dan petanda pada tingkat denotasi tersebut dalam kacamata Roland Barthes berkembang menjadi penanda konotatif tahap kedua. Selanjutnya akan mengalami perluasan makna dan menghasilkan petanda konotatif bahwa tentara itu memiliki kekuatan fisik dan mental, gagah, perkasa dan lain sebagainya. Sehingga di tengah masyarakat saat ini jika mendengar kata tentara maka akan langsung mengarah pada sosok yang kuat, bersenjata, dan lain sebagainya. Contoh lain, VOLVO, memiliki penanda bunyi V-O-L-V-O, petandanya adalah sebuah merek kendaraan roda empat. Makna denotatif ini terus mengalami perluasan makna di tengah masyarakat yakni simbol kemewahan. Perluasan makna inilah yang disebut makna konotatif. Perluasan makna ini telah menjadi mitos di tengah masyarakat, bahwa jika seseorang telah memiliki kendaraan merek VOLVO maka akan dianggap mapan dan hidup mewah. Seseorang yang ingin meningkatkan prestise, maka VOLVO ini akan dijadikan salah satu pilihan kendaraannya” (cetak.fajar.co.id).

Ada pula contoh dari Barthes sendiri yang dikutip dalam islamicgraphicdesign.blogdetik.com untuk menjelaskan bagaimana membaca teks “visual”. Barthes menggunakan contoh seorang negro yang memberi hormat pada sampul majalah Paris Match (islamicgraphicdesign.blokdetik.com). Di situ digambarkan seorang bocah negro dengan seragam khas Perancis sedang berdiri memberi hormat dengan latar belakang bendera kebangsaan Prancis.

anak ibu pertiwi, tanpa diskriminasi dan warna kulit. Tetapi pada semiologi tingkat kedua memiliki penafsiran seorang yang memberi hormat kepada bendera Perancis tersebut tidak sekedar memberi hormat akan tetapi ada makna-makna lain di balik itu. Misalnya saja, mengapa anak negro yang dipilih? Mengapa dia memakai atribut khas Perancis? Mengapa sorot matanya agak keatas? Tanda perlu dikaitkan dengan fakta penunjang. Seperti, situasi politik saat itu, dimana Perancis tengah mengalami konfrontasi dengan Aljazair, yang notabene adalah warganya yang berkulit hitam. Sementara perlawanan Aljazair telah berujung pada kemenangan. Sementara itu telah menunjukkan realitas bahwa Perancis adalah salah satu negara imperialis penjajah yang wilayah jajahannya sebagian besar kulit hitam (islamicgraphicdesign.blogdetik.com).

Seperti yang dikatakan diatas bahwa konotasi meliputi pertanyaan "mengapa?". Pertanyaan mengapa anak negro yang dipilih? Bisa dijawab dengan, karena sebagian besar negeri jajahan Perancis adalah negeri kulit hitam. Maka kalimat "Sebagian besar negeri jajahan Perancis adalah negeri kulit hitam" adalah makna konotasi.

Pertanyaan "Mengapa dia memakai atribut khas Perancis?", bisa dijawab dengan, karena negeri kulit hitam sudah dijajah Perancis, maka mereka juga merupakan warga negara Perancis yang dapat dicirikan melalui cara berpakaianya. Kalimat "Mereka merupakan warga negara Perancis" dapat pula menjadi makna konotasi.

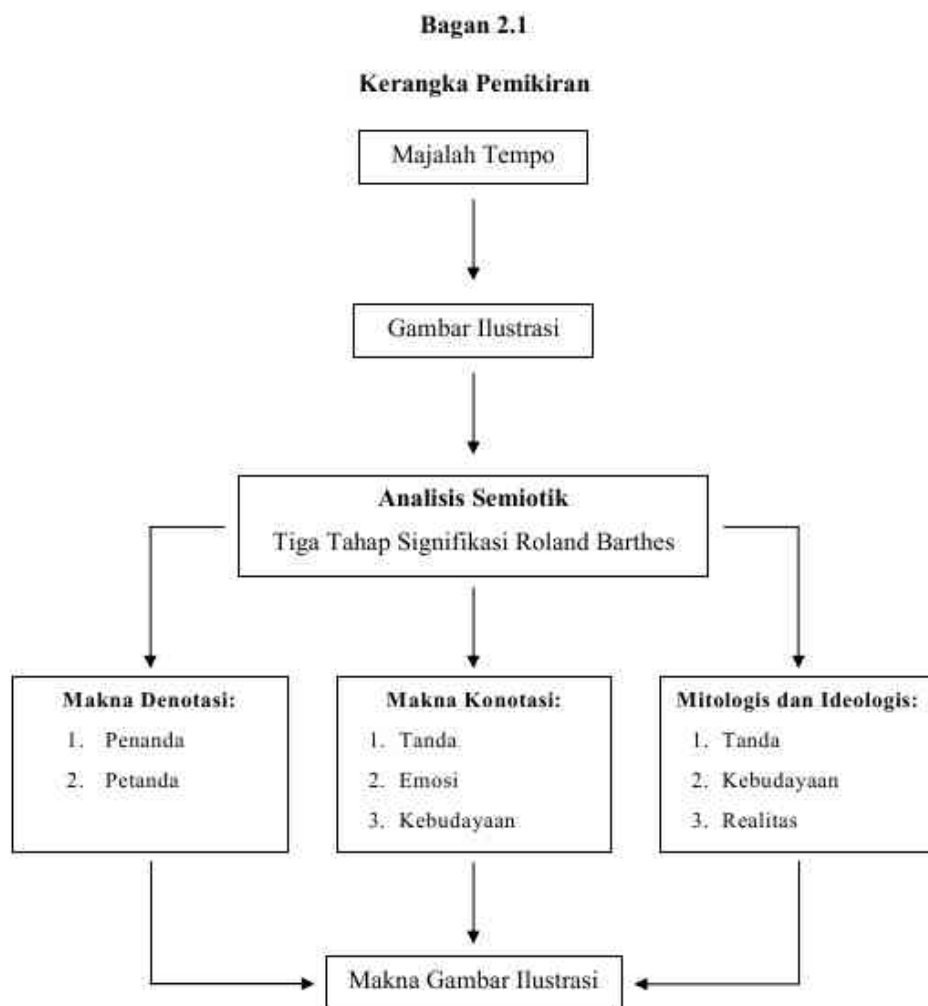
Frustrasi yang tersembunyi dari Perancis, "dilipur" dengan visualisasi sampul majalah Paris Match, yang sebenarnya hanyalah mitos tentang keagungan imperialisme Perancis.

Dari pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa mitos dari gambar tersebut adalah imperialitas Perancis yang begitu agung sehingga warga negara jajahannya pun memberikan hormat kepadanya.

Setiap gambar ilustrasi, termasuk gambar ilustrasi di Majalah Tempo selalu memiliki makna-makna yang coba disampaikan melalui tanda-tandanya baik itu denotatif, konotatif maupun mitologi dan ideologi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dari uraian konsep-konsep yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berfikir induktif, yaitu berangkat dari hal-hal khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep) (Kriyanto, 2006:192). Menurut Bogdan dan Taylor, metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2006:4).

Maka, hasil dari penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambar penyajian laporan tersebut. Data-data bisa didapat dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, dan dokumen-dokumen resmi lainnya.

3.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh periset dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan itu menjadi lebih mudah dan sistematis (Arkinto dalam Kriyantono, 2006:92). Menurut Suharsimi, instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, yaitu lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. (Hasan, 2002:76).

Untuk mempermudah pengumpulan data, dalam hal ini peneliti akan menggunakan instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1

Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data	Instrumen Pengumpulan Data
Wawancara	Pedoman Wawancara
Dokumentasi	Kliping Objek Penelitian

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi.

3.2.1 Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dengan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek (Berger dalam Kriyantono, 2006:96). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Wawancara dalam riset kualitatif yang disebut sebagai wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara secara intensif (*intensive*

interview) dan kebanyakan tak berstruktur. Tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam (Kriyantono, 2006:96).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan ilustrator yang karyanya terbit di Majalah Tempo, serta orang yang memiliki wewenang kebijakan dalam menentukan terbitnya karikatur di majalah tersebut.

3.2.2 Dokumentasi

Metode observasi, kuesioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2006:116). Peneliti menggunakan dokumentasi 1 terbitan Majalah Tempo edisi "Rekening Gendut Perwira Polisi" yang didalamnya terdapat dua buah gambar ilustrasi tentang "Rekening Gendut Perwira Polisi".

3.3 Teknik Penentuan Kualitas Instrumen

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, seperti yang diungkap Kriyantono bahwa

"Pada riset kualitatif, instrumen adalah periset sendiri (*Human as an instrument*). Artinya peneliti harus terjun langsung melaksanakan riset, periset mengkreasi sendiri instrumen, baik *interview* maupun observasi, sehingga kehadiran periset adalah syarat mutlak" (Kriyantono, 2006:130).

3.3.1 Otentik dan Reflektif

Otentik dan Reflektif dalam riset kualitatif terletak pada apakah periset otentik atau layak dalam bidang yang diriset. Dalam hal ini, peneliti adalah mahasiswa ilmu komunikasi yang masih terus menggali ilmu tersebut. Di mana dalam perkuliahan telah mendapatkan ilmu mengenai komunikasi nonverbal, komunikasi simbolik, komunikasi lintas budaya, serta bentuk-bentuk komunikasi lainnya yang kemudian diaplikasikan dalam tugas-tugas yang telah diberikan. Maka kualitas penelitian tergantung pada kemampuan peneliti dalam menggali dan memaknai data.

Alat ukur penelitian kualitatif bersifat lebih abstrak. Dalam penelitian makna gambar ilustrasi ini, alat ukur kualitatifnya adalah wawancara dan dokumentasi.

3.4 Objek Penelitian

Peneliti akan mengambil dua buah gambar ilustrasi Majalah Tempo edisi "Rekening Gendut Perwira Polisi" yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Berikut ini adalah gambar ilustrasi yang akan dijadikan objek penelitian:

Gambar Ilustrasi I



Gambar Ilustrasi II



3.5 Teknik Pengolahan dan Analisa Data

Penelitian ini akan membahas makna dari tanda dalam karikatur animasi. Maka peneliti akan melakukan analisis data berdasarkan metode analisis semiotik dengan menggunakan tiga tahap signifikasi Roland Barthes.

3.5.1 Tiga Tahap Signifikasi Roland Barthes

3.5.1.1 Signifikasi Tahap Pertama

Yaitu makna denotasi. Denotasi adalah hal yang tersurat, atau esensi objek apa adanya. Denotasi merupakan makna paing nyata dan tanda yang merupakan hubungan antara signifier (penanda) dan signified (petanda). Signifier adalah bunyi atau coretan bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Signified adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dan bahasa.

3.5.1.2 Signifikasi Tahap Kedua

Yaitu makna konotasi. Konotasi adalah hal yang tersirat, mencerminkan nilai-nilai yang terdapat pada tanda. Makna konotasi menggambarkan interaksi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya. Selain itu, konotasi mempunyai makna subyektif atau paling tidak intersubyektif. Tanda konotasi adalah yang merupakan penanda dalam tatanan pertama.

3.5.1.3 Signifikasi Tahap Tiga

Yaitu tahap mitologis dan ideologis. Mitologi merupakan kesatuan mitos-itos yang koheren. Mitos adalah bagaimana kebudayaan

menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Majalah TEMPO

Pada awalnya terdapat sekumpulan wartawan yang selalu berdiskusi tentang permasalahan yang harus disebarluaskan kepada publik dengan sebenar-benarnya dan tanpa meremehkan data-data yang ada dan bisa didapatkan. Maka pada tahun 1971, sekumpulan wartawan tersebut yang diantaranya adalah Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Bur Rasuanto, Christianto Wibisono, Yusril Djalinus, dan Putu Wijaya membentuk sebuah majalah mingguan yang mereka namakan "Majalah TEMPO". Maka dari salah satu blok gedung di JL. Senen Raya 83, Jakarta pada 6 Maret 1971, terbitan perdana Majalah TEMPO beredar di masyarakat dengan yayasan Jaya Raya sebagai penerbitnya lewat perusahaannya dengan nama PT. Grafiti Pers.

Pada awalnya terbitan Majalah TEMPO yang pertama hanya berjumlah 150 eksemplar dan belum ada iklan sama sekali hanya mengandalkan penjualan oplah majalah tersebut. Setelah terbit tiga edisi, ternyata respon masyarakat terhadap Majalah TEMPO cukup positif karena pada tiga edisi tersebut oplah Majalah TEMPO habis terjual, dan akhirnya barulah ada yang mau beriklan di Majalah TEMPO. Semenjak itu pada edisi ke empat dan selanjutnya, eksemplar Majalah TEMPO mulai berkembang sedikit demi

sedikit dan sampai sekarang Majalah TEMPO terbit setiap minggunya dengan 10 ribu eksemplar setiap kali terbit.

Gambar 4.1

Majalah TEMPO Edisi Pertama



(Sumber:Company Profile Majalah TEMPO)

Dan berikut adalah alasan mengapa majalah tersebut dinamakan Majalah TEMPO.

Gambar 4.2

Mengapa TEMPO?



(Sumber:Company Profile Majalah TEMPO)

Dalam perjalanan penerbitannya pun Majalah TEMPO bukan tanpa kendala, Majalah TEMPO sempat beberapa kali di breidel atau dilarang terbit karena dianggap isinya yang dianggap pemerintah bisa memprovokasi pembaca dan bisa mengancam keberadaan pemerintah dan dianggap mengancam stabilitas pemerintahan. Contohnya Majalah TEMPO pada edisi 13 Maret 1982, yang pada saat itu isinya mengungkap kecurangan pemilu pada tahun 1981. Pada saat itu Indonesia masih terbelenggu oleh Orde Baru pimpinan Soeharto.

Gambar 4.3

Majalah TEMPO yang Dibreidel



(Sumber:Company Profile Majalah TEMPO)

Pada 13 Desember 1999 Majalah Tempo akhirnya berdiri sendiri setelah sekian lama menunjukkan eksistensinya. Para pendiri Majalah TEMPO pada saat itu memutuskan untuk berdiri sendiri dan membuat percetakan serta penerbitan sendiri demi memperbaiki manajemen dibawah naungan PT. TEMPO INTI MEDIA, Tbk sampai saat ini.

4.1.2 Visi dan Misi Majalah TEMPO

4.1.2.1 Visi Majalah TEMPO

Visi Majalah TEMPO adalah Menjadi acuan dalam proses kebebasan rakyat untuk berpikir dan mengutarakan pendapat, serta membangun suatu masyarakat yang menghargai kecerdasan dan perbedaan pendapat.

4.1.2.2 Misi Majalah TEMPO

Majalah TEMPO memiliki beberapa misi, diantaranya adalah:

1. Menyumbangkan kepada masyarakat suatu produk multimedia yang menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda
2. Sebuah produk multimedia yang mandiri, bebas dari tekanan kekuasaan modal dan politik
3. Terus-menerus meningkatkan apresiasi dan ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik
4. Sebuah karya yang bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik
5. Menjadikan tempat kerja yang mencerminkan Indonesia yang beragam sesuai dengan kemajuan zaman
6. Sebuah proses kerja yang menghargai kemitraan dari semua sektor
7. Menjadi lahan yang subur bagi kegiatan-kegiatan untuk memperkaya khasanah artistik dan intelektual.

4.1.3 Struktur Organisasi Majalah TEMPO

Majalah TEMPO beralamat di Gedung TEMPO, Jl. Proklamasi nomor 72, Jakarta.

Majalah TEMPO membagi sistem kerjanya ke dalam beberapa tingkatan, sebagai berikut:

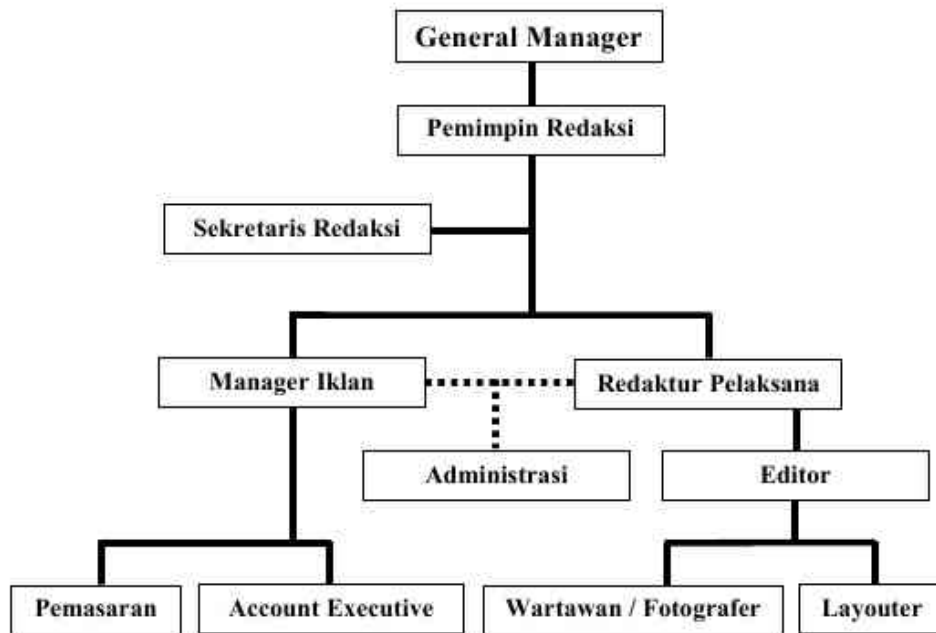
1. General Manager, sebagai pemimpin tertinggi di dalam perusahaan dengan menjalankan tugas mengawasi kerangka organisasi lainnya di Majalah TEMPO. Orang yang menduduki jabatan ini mengatur kebijakan perusahaan secara keseluruhan dari mulai keredaksian, pemasaran sampai dengan periklanan. Selain itu ia juga bertanggung jawab kepada direktur PT. TEMPO INTI MEDIA, Tbk. Selaku naungan yang membawahi Majalah TEMPO.
2. Pemimpin Redaksi, yang merupakan pemimpin tertinggi pada divisi redaksi. Pemimpin redaksi memiliki tugas dan bertanggung jawab terhadap segala macam kebijakan, manajemen, serta kegiatan redaksi.
3. Redaktur Pelaksana, yang memiliki posisi dibawah pemimpin redaksi. Orang yang menjabat posisi ini ikut membantu tugas Pemimpin Redaksi dalam mengawasi kinerja keredaksionalan dan menentukan pula pertimbangan kebijakan yang ada didalamnya.
4. Sekretaris Redaksi yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap segala bentuk administrasi, pendataan, dan arsip perusahaan.
5. Editor, yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap isi berita.

6. Wartawan dan fotografer, yang bertugas mengumpulkan berita serta foto dilapangan.
7. Layouter, memiliki tugas untuk mengatur tata letak isi dari Majalah TEMPO.
8. Manager Iklan, yang mengawasi bidang pemasaran serta sirkulasi surat kabar dan iklan yang masuk. Manager ini juga memiliki tugas mengatur penempatan iklan dan pemasukan iklan.
9. Staf Pemasaran, memiliki tugas memasarkan Majalah TEMPO.
10. Account Executive, bertugas melayani klien pemasang iklan.
11. Administrasi, bertugas sebagai pengatur keuangan pada manajemen Majalah TEMPO.

Secara Struktural, struktur organisasi di Majalah TEMPO dapat digambarkan sebagai berikut.

Bagan 4.1

Struktur Organisasi Majalah TEMPO



(Sumber: Profile Company Majalah TEMPO)

4.2 Pembahasan

Disini peneliti akan membedah sampel yang telah dikumpulkan melalui Analisis Semiotik Model Roland Barthes sehingga mendapat uraian yang bersifat deskriptif mengenai makna denotasi, konotasi serta mitologi dan ideologi. Peneliti juga akan memberikan referensi dalam bentuk gambar atau berita mengenai isu-isu yang diangkat dalam gambar ilustrasi yang akan diteliti.

4.2.1 Gambar Ilustrasi Rekening Gendut Perwira Polisi I

4.2.1.1 Tahap Denotasi

Tanda pada gambar ilustrasi ini adalah gambar ilustrasi itu sendiri, yakni yang terbit pada edisi 28 Juni – 4 Juli 2010 Majalah TEMPO.

Gambar 4.4

Gambar Ilustrasi I



Penanda pada tahap denotasi dari gambar ilustrasi diatas adalah:

1. Bentuk coretan yang menyerupai tiga buah celengan
2. Bentuk coretan yang menyerupai uang kertas yang terdapat pada bagian atas lubang celengan
3. Bentuk coretan yang menyerupai tali pengendali binatang peliharaan dilengkapi dengan tulisan "Dilarang Melintas Garis Polisi"
4. Bentuk coretan yang menyerupai sosok seseorang pria dengan bentuk perawakan yang kekar
5. Bentuk coretan yang menyerupai seragam perwira tinggi polisi
6. Bentuk coretan yang menyerupai arloji yang terdapat pada bagian pergelangan tangan kiri gambar sosok seseorang
7. Bentuk coretan yang menyerupai sepatu pantofel pada bagian kaki gambar sosok seseorang pria
8. Bentuk coretan yang menyerupai topi resmi kepolisian pada bagian kepala gambar sosok seseorang pria
9. Bentuk coretan yang bertuliskan kalimat "REKENING GENDUT PERWIRA POLISI"
10. Bentuk coretan yang bertuliskan kalimat "Sejumlah petinggi kepolisian dilaporkan melakukan transaksi keuangan mencurigakan. Rekening mereka diguyur fulus puluhan miliar rupiah."

Petanda, Tiga buah celengan yang terikat oleh tali pengendali binatang yang bertuliskan "police line" pada tali pengendali tersebut. Lalu seorang sosok pria dengan perawakan kekar lengkap dengan seragam

perwira polisi, juga arloji di pergelangan tangan bagian kiri, sepatu pantofel dibagian kaki, dan topi resmi kepolisian dibagian kepala, yang sedang memegang tali pengendali binatang yang terikat pada celengan, menandakan pria tersebut sedang mengendalikan tiga buah celengan dengan menggunakan tali pengendali binatang.

4.2.1.2 Tahap Konotasi

Tanda pada tahap konotasi adalah penanda pada tahap denotasi.

Penanda pada tahap konotasi adalah tanda pada tahap denotasi.

Petanda, Makna dari sosok pria yang lengkap dengan seragam khas perwira polisi, topi resmi kepolisian dibagian kepala, arloji pada pergelangan tangan kiri, dan sepatu pantofel adalah seorang perwira polisi dengan segala kemakmurannya yang digambarkan dengan pantofel di kakinya dan arloji di tangan kirinya. Lihat Gambar ini,

Gambar 4.5

Foto peristiwa pelantikan Kapolda



(Sumber: www.antarafoto.com)

Posisinya yang sedang mengendalikan tali pengendali binatang yang terikat dengan celengan menandakan kuasa pria berseragam perwira polisi tersebut yang bisa mengendalikan tiga buah celengan miliknya dengan sesukanya. Ditambah lagi dengan tulisan “Police Line” pada tali pengendali binatang tersebut hal ini semakin menegaskan bahwa apapun yang dimilikinya tidak bias diganggu gugat oleh orang lain. Seperti yang kita ketahui jika ada “Garis Polisi” melintang di suatu area, berarti kita dilarang melintas dan mengganggu gugat area tersebut. Lihat gambar berikut,

Gambar 4.6

Foto Police Line



(Sumber: www.detikfoto.com)

Sedangkan gambar tiga buah celengan dengan adanya uang kertas yang ada di salah satu celengan menandakan betapa banyaknya pundi-pundi uang yang dimiliki oleh seorang perwira polisi. Dan sebenarnya celengan tersebut adalah penggambaran dari rekening yang dimiliki oleh

seorang perwira polisi, hal ini ditegaskan dengan adanya tulisan "Rekening Gendut Perwira Polisi".

Peneliti menilai mengapa ilustrator menggambarkan rekening tersebut dengan celengan, karena hal tersebut lebih mudah dimengerti oleh pembaca dibandingkan jika ilustrator menggambarkan rekening secara langsung. Karena pada dasarnya celengan adalah tempat menaruh dan menabung uang sejak jaman dulu kala jauh sebelum adanya bank. Dan kenapa celengan tersebut berbentuk babi, peneliti menilai karena asal muasal kata celengan berasal dari kata dasar "celeng" yang berarti babi. Dan celengan berbentuk seperti babi itulah yang sudah umum dan sering dilihat oleh banyak orang, sehingga tujuan ilustrator menggambarkan celengan tersebut tidak lain untuk mempermudah pemahaman pembaca terhadap gambar tersebut.

Kesimpulan konotasi yang bisa diambil peneliti dari gambar tersebut adalah gambar tersebut mengkritik pundi-pundi uang para perwira polisi yang dicurigai dengan transaksi mencurigakan yang terdapat direkeningnya masing-masing tetapi tidak jelas asal-muasal uang tersebut, tapi entah mengapa walaupun kasus tersebut sudah dilaporkan tetapi sulit sekali disentuh oleh hukum, hal ini menimbulkan kecurigaan karena kuasa mereka yang cukup tinggi sebagai penegak hukum bisa memanipulasi hal tersebut.

4.2.1.3 Tahap Mitologi dan Ideologi

Pada tahap konotasi, makna didapat dengan memaknai terhadap penanda konotasi, sedangkan mitos didapat dari memaknai petanda konotasi. Dengan kata lain mitos adalah makna dari makna konotasi.

Peneliti mengidentifikasi mitologi yang beroperasi dalam gambar ilustrasi tersebut yaitu, perwira polisi di Indonesia bisa kebal hukum walaupun telah dilaporkan melanggar norma hukum yang ada di Indonesia. Padahal di Indonesia tidak ada satu pun orang yang bisa kebal dari norma hukum. Selain itu, seorang perwira polisi bisa melanggar hukum tanpa takut terkena hukuman karena mereka merasa memiliki kekuasaan tinggi dalam ranah hukum dan merasa bisa mengendalikan hukum dengan semena-mena. Padahal seorang perwira polisi yang tugas utamanya adalah menegakkan hukum dan tahu tentang norma hukum yang ada seharusnya tidak melanggar dan bisa menjaga norma hukum.

Disini peneliti juga melihat bahwa ilustrator menanamkan sebuah mitos yaitu, sesama polisi saling melindungi jika salah satu dari mereka terkena masalah hukum dan mereka terkesan menutupi masalah yang ada demi menjaga nama baik pribadi maupun nama baik instansi.

17 Juli 2010 – “...polisi memiliki kewajiban untuk merinci dan mempublikasikan terhadap 17 rekening polisi yang wajar tersebut terhadap masyarakat luas. Karena yang rekening ini milik pejabat publik, bukan pejabat swasta yang diperbolehkan tidak melapor.
“Rekening ini harus dirinci dan jelas harus dipublikasikan oleh kepolisian. Itu harus karena diatur dalam Undang-Undang. Dan perlu dikejar rekening sebelumnya itu asal sumbernya darimana,” ujar Hamid.

Hamid juga menegaskan bahwa tidak mungkin dalam satu korps tidak saling melindungi. Sehingga diperlukan adanya audit publik yang juga melacak sumber rekening itu.

"Harusnya penelusuran dilakukan oleh auditor lainnya. Dan meneliti apakah polisi tersebut membayar pajak. Itu sebabnya kita memerlukan lembaga penyidikan lebih dari satu lembaga," tutur Hamid." (www.tempointeraktif.com)

1 Desember 2010 – "...Mabes Polri menolak membeberkan 17 rekening Perwira Tinggi Polri yang diduga memiliki kekayaan tidak wajar. Alasannya bisa menyalahi Undang-Undang Pencucian Uang. (www.okezone.com)

Selain itu ilustrator juga berusaha menanamkan kecurigaan bahwa ada ketidaksungguhan polisi dalam menangani kasus rekening gendut tersebut, hal ini digambarkan dengan adanya penegasan dengan bahasa verbal "dilaporkan".

17 Juli 2010 – "Ketua Badan Pengurus Masyarakat Transparansi Indonesia Hamid Khalid tetap menilai ada keanehan jika kepolisian mengklaim dari 23 rekening yang dianggap bermasalah, 17 diantaranya dinilai wajar. Kepolisian juga dinilai tidak melakukan pembuktian secara sungguh-sungguh karena waktu yang dibutuhkan untuk menyelidiki kasus tersebut terlampau cepat." (www.tempointeraktif.com)

Disini juga ilustrator menegaskan semakin tidak percayanya masyarakat terhadap polisi baik itu secara personal maupun secara institusi, hal ini terjadi karena banyak ditemukan kasus-kasus polisi yang justru melanggar hukum dan tidak selesai karena terkesan ditutup-tutupi.

30 Juni 2010 – "...Negatifnya, kalau dilihat aspek eksternal-masyarakat, "Lho petinggi polisi simpanannya kok besar-besar. Dari mana? Ini akan semakin menurunkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap tugas polisi. Padahal, tugas polisi itu mulia. (www.okezone.com)

4.2.2 Gambar Ilustrasi Rekening Gendut Perwira Polisi II

4.2.2.1 Tahap Denotasi

Tanda pada tahap denotasi ini adalah gambar ilustrasi itu sendiri, yakni yang terbit pada edisi 28 Juni – 4 Juli 2010 Majalah TEMPO.

Gambar 4.7

Gambar Ilustrasi II



Penanda pada tahap denotasi dari gambar ilustrasi diatas adalah:

1. Bentuk coretan yang menyerupai sekumpulan celengan
2. Bentuk coretan yang menyerupai uang kertas yang beterbangan
3. Bentuk coretan yang menyerupai wadah pakan ternak pada bagian tangan kiri sosok pria
4. Bentuk coretan yang menyerupai garis polisi
5. Bentuk coretan yang menyerupai sosok seseorang pria dengan bentuk perawakan yang kekar

6. Bentuk coretan yang menyerupai seragam perwira tinggi polisi
7. Bentuk coretan yang menyerupai topi resmi kepolisian pada bagian kepala gambar sosok seseorang pria
8. Bentuk coretan yang menyerupai kayu yang dipatok kedalam tanah
9. Bentuk coretan yang menyerupai dataran tanah lapang
10. Bentuk coretan yang menyerupai langit.

Petanda, Gambar tangan kanan sosok pria menandakan bahwa pria tersebut sedang menebarkan sesuatu. Lalu gambar uang kertas yang berawal kecil diawali dari tangan kanan sosok pria dan mulai membesar pada uang kertas yang mendekati sekumpulan celengan, menandakan bahwa uang kertas tersebut sedang ditebar oleh sosok pria kepada sekumpulan celengan. Lalu sekumpulan celengan yang berkumpul menandakan bahwa sekumpulan celengan siap menyambut uang kertas yang ditebarkan oleh sosok pria.

4.2.2.2 Tahap Konotasi

Tanda pada tahap konotasi adalah penanda pada tahap denotasi.

Penanda pada tahap konotasi adalah tanda pada tahap denotasi.

Petanda, makna dari sosok pria berperawakan kekar lengkap dengan seragam resmi perwira polisi adalah seorang perwira polisi. Untuk karakteristik tersebut lihat gambar berikut,

Gambar 4.8

Foto Perwira Polisi Lengkap Dengan Seragamnya



(Sumber: www.antarafoto.com)

Sedangkan gambar sekumpulan celengan yang dibatasi oleh garis polisi yang melintang dari patok kayu satu ke patok kayu yang lainnya itu dimaknai sebagai kandang celengan berbentuk babi. Dan perwira tersebut sedang memberikan makanan berupa uang yang ditebarkan kepada sekumpulan celengan agar sekumpulan celengan tersebut bisa cepat besar dan banyak. Lihat gambar berikut,

Gambar 4.6

Kandang Babi Lengkap Dengan Sekumpulan Babi



(Sumber: indonesia.faithfreedom.com)

Kesimpulan konotasi yang bisa peneliti ambil dari gambar ilustrasi tersebut adalah peneliti melihat bahwa ilustrator berusaha mengkritik perwira polisi yang dengan mudahnya membuat semacam “peternakan rekening” yang uangnya tidak jelas asalnya dari mana. Selain itu juga ilustrator lagi-lagi mengkritik rekening-rekening tersebut yang tidak tersentuh oleh hukum, hal ini ditegaskan dengan adanya “garis polisi” yang mengandung makna tidak bisa dilintasi atau diganggu gugat oleh apapun yang melintang dari satu patok kayu ke patok kayu lainnya yang seolah-olah membentuk kandang. Disini juga ilustrator mengkritik keadaan hukum di Indonesia yang lagi-lagi tidak bisa menyentuh rekening-rekening terselubung perwira polisi, padahal sudah ada laporan rekening-rekening tersebut dinyatakan janggal karena tidak jelas asal uangnya dari mana, gambar tersebut masih bersangkutan dengan gambar ilustrasi I. Hal ini terjadi karena mungkin disebabkan kekuasaan perwira polisi yang

memiliki kekuasaan yang tinggi sebagai penegak hukum dan perwira polisi tersebut menyalahgunakannya.

4.2.2.3 Tahap Mitologi dan Ideologi

Pada tahap konotasi, makna didapat dengan memaknai terhadap penanda konotasi, sedangkan mitos didapat dari memaknai petanda konotasi. Dengan kata lain mitos adalah makna dari makna konotasi.

Peneliti mengidentifikasi mitologi yang beroperasi dalam gambar ilustrasi tersebut yaitu, perwira polisi dapat dengan mudah menyimpan dan menambah pundi-pundi uangnya di rekening tanpa harus takut terkena jeratan hukum walaupun uang tersebut tidak jelas asalnya dari mana dan dilaporkan adanya transaksi mencurigakan.

Ilustrator juga menanamkan mitos bahwa, polisi yang berpangkat perwira memiliki banyak rekening dan tentunya setiap rekening terdapat jumlah uang yang tidak sedikit.

Selain itu ilustrator berusaha menanamkan kecurigaan bahwa setiap perwira tinggi polisi di Indonesia memiliki lahan basah untuk dijadikan ajang korupsi demi kepentingan memperkaya dirinya sendiri.

29 Juni 2010 – “Saya pernah jadi Kapolda, kalau saya mau korupsi dari dulu, ada 230 illegal logging, satu kasus Rp 500 juta. Bisa ratusan miliar, contohnya kan ada. (Rekeningnya) Sudah gendut,” kata bibit..” (www.detik.com)

Setelah analisis semiotik dilakukan dan dengan didapatnya makna denotasi, konotasi serta mitologi dan ideologi, hasil analisa tersebut kemudian dikembalikan kepada ilustrator untuk ditanggapi. Hal ini perlu dilakukan agar

signifikansi yang telah dilakukan dapat terukur keakuratannya, yakni kesesuaian antara makna yang didapat peneliti dengan makna yang sebenarnya ditanamkan oleh ilustrator.

Dari hasil analisis terhadap dua gambar ilustrasi yang telah peneliti kembalikan pada ilustrator untuk ditanggapi, karikaturis menyatakan bahwa tidak ada perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan maksud gambar ilustrasi yang telah dibuat oleh ilustrator. Dan semuanya sesuai dengan gambar ilustrator bertemakan "Rekening Gendut Perwira Polisi" pada majalah TEMPO yang terbit pada edisi 28 Juni – 4 Juli 2010.

Hanya saja ilustrator mengeluhkan pihak Kepolisian Republik Indonesia yang mempermasalahkan gambarnya terutama gambar celengan berbentuk babi. "Padahal gambar celengan tersebut wajar-wajar saja kan? Kalaupun ada yang bertanya kenapa bentuknya harus babi? Saya hanya berusaha menggambarkan secara umum dan agar mudah dimengerti, karena pada dasarnya celengan berbentuk babi lah yang mudah dipahami oleh pembaca dan bentuk celengan tersebut sudah umum. Seharusnya pihak kepolisian haru lebih meneliti sejarah celengan itu sendiri". Kata ilustrator.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Peneliti akan mengemukakan kesimpulan dalam penelitian ini yang sesuai dengan pokok permasalahan yang telah diidentifikasi, yaitu:

5.1.1 Denotasi

Salah satu hal yang menunjang dapat dipahaminya suatu gambar ilustrasi adalah keapikan gambarnya. Artinya ketika sebuah gambar itu tidak menunjukkan wujudnya secara jelas dan identik sebagai sesuatu yang mewakili wujud asli dari seseorang, benda, hewan atau lainnya, maka akan sulit bagi pembaca untuk mendefinisikan apa yang digambar. Gambar ilustrasi di Majalah TEMPO memiliki kualitas yang baik, sehingga peneliti dengan segera dapat mengetahui apa yang digambar sebagai makna denotasi.

5.1.2 Konotasi

Pada makna konotasi diketahui bahwa gambar ilustrasi dalam penelitian ini mengangkat isu berskala nasional yaitu "Rekening Gendut Perwira Polisi".

Peneliti merasa bahwa butuh penalaran cukup dalam dalam memahami gambar ilustrasi tersebut, karena banyak perumpamaan dibalik apa yang digambarkan, contohnya saja gambar berbentuk "celengan" yang ternyata itu diibaratkan sebagai rekening. Tapi hal tersebut terbantu dengan adanya penegasan kata verbal berupa tema atau judul yang dicantumkan pada

gambar ilustrasi tersebut. Sehingga peneliti dapat terbantu untuk menemukan makna konotasi.

5.1.3 Mitologi dan Ideologi

Gambar ilustrasi “Rekening Gendut Perwira Polisi” adalah peristiwa atau fenomena berskala nasional. Oleh sebab itu dalam penjabaran pada tahap mitologi dan ideologi, cerita-cerita tersebut terus berangkai dan bahkan dapat terhubung sampai kepada sejarah dan berita-berita terbaru yang berhubungan dengan apa yang diilustrasikan.

Dalam setiap mitologi dan ideologi dari gambar ilustrasi yang diteliti mengandung asumsi-asumsi atau dugaan tentang sebab-akibat sebuah peristiwa yang diilustrasikan. Selain mengandung dugaan tentang sebab-akibat sebuah peristiwa, mitologi dan ideologi dalam gambar ilustrasi “Rekening Gendut Perwira Polisi” di Majalah TEMPO juga memaparkan penilaian tentang baik dan buruk atau benar dan salah.

5.2 Saran

Peneliti melihat bahwa gambar ilustrasi “Rekening Gendut Perwira Polisi” yang dibuat ilustrator banyak menggambarkan sesuatu dengan istilah tertentu dan dibantu dengan penulisan kata-kata verbal yang dijadikan sebuah tema. Hal tersebut baik, karena dapat melatih penalaran para pembaca Majalah TEMPO dan sesuai dengan sasaran yang dituju oleh Majalah TEMPO yaitu kalangan menengah keatas. Akan tetapi peneliti melihat bahwa tidak semua pembaca dapat dengan mudah mengerti makna dibalik gambar ilustrasi tersebut karena tingkat

talar seseorang yang berbeda-beda. Jadi ada baiknya jika ilustrator dapat mengistilahkan sesuatu dengan gambar yang lebih mudah untuk ditalar, hal ini untuk mengantisipasi adanya kesalahan pemahaman gambar ilustrasi yang disampaikan pada pembaca.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvirano dan lukwati komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arukinto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assegaf, Dja'far. 2004. *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar Praktek Kewartawanan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Chee, Kathleen. 2000. *Pendidikan Seni Visual Tingkat 2*. Jakarta: Pelangi
- Cobley, Paul dan Litza Jansz. 2002. *Mengenal Semiotika for Beginner*. Bandung: Mizan.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Penerjemah Agus Maulana. Jakarta: Proffesional Books.
- Djuroto, Totok. 2002. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ishwara, Luwi. 2005. *Catatan-catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Borg, James. 2009. *Buku Pintar Memahami Bahasa Tubuh*. Penerjemah Abdul Hamid. Yogyakarta: Think.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Indonesia Tera.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat. 2006. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Penerjemah Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Molcong, Lexi J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Sobur, Alex. 2004. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana, Analisis Framing dan Analisis Semiotik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia.
- Sumadiria, AS Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Werner J. Severin-James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.

Widjaja, A.W. 2002. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Yulianti, Anna. 2008. *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*. Jakarta: Erlangga.

Sumber Lain:

Sutanto, T. 2005. *Sekitar Dunia Desain Grafis/Komunikasi Visual*. Bandung: Jurnal DKV ITB.

Tinarbuko, Sumbo. 1998. *Memahami Tanda, Kode dan Makna Iklan Layanan Masyarakat, Tesis*. Bandung: ITB.

Laksana, Aditya B. 2009. *Analisis Semiotik Pada Karikatur di Halaman Mimbar Harian Tangerang, Skripsi*. Serang: Untirta.

Internet:

<http://islamicgraphicdesign.blogdetik.com/2009/02/05/membaca-%E2%80%9Cteks%E2%80%9D-desain-komunikasi-visual-3/>

<http://jabar.tribunnews.com/read/artikel/25524>

<http://kamusbahasaIndonesia.org/majalah>

<http://pusatbahasa.depdiknas.go.id/kbbi/index.php>

<http://tatangmanguny.wordpress.com/kontroversi/celengan-gajah-mada/>

<http://majalah.tempinteraktif.com/id/arsip/2010/06/28/LU/mbm.20100628.LU133957.id.html>

<http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/2010/06/28/LU/mbm.20100628.LU133958.id.html>

<http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/2010/06/28/LU/mbm.20100628.LU133959.id.html>

<http://news.okezone.com/read/2010/12/01/339/398998/mabes-polri-tolak-beberkan-17-rekening-gendut>

<http://news.okezone.com/read/2010/07/12/339/351874/perlu-tim-independen-untuk-usut-rekening-gendut>

<http://www.antikorupsi.org/antikorupsi/?q=node/5297>

<http://www.detiknews.com/read/2010/06/29/143310/1389271/10/icw-kapolri-jangan-cuma-minta-klarifikasi?nd992203605>

<http://www.detiknews.com/read/2010/06/29/214214/1389665/10/bibit-sindir-rekening-gendut-perwira-polisi>

<http://www.detiknews.com/read/2010/07/24/133056/1405803/10/sby-harus-bentuk-tim-independen-di-bawah-kpk-usut-rekening-jenderal>

<http://www.detiknews.com/read/2010/07/27/143615/1407814/10/kabareskrim-rekening-gendut-perwira-polisi-sudah-final?nd992203605>

<http://www.tamanismailmarzuki.com/tokoh/djokopekik.html>

<http://www.tempointeraktif.com/hg/hukum/2010/07/17/brk.20100717-264120.id.html>

<http://www.tempointeraktif.com/hg/hukum/2010/07/17/brk.20100717-264154.id.html>

http://www.tempointeraktif.com/hg/hukum/2010/08/06/brk_20100806-269241_id.html

Profile Company Majalah TEMPO

Wawancara Dengan Ilustrator (Kendra H Paramita)

1. Kedalam jenis gambar apakah ini (Rekening Gendut Perwira POLISI) ?

Jawab:

Ini kalau dibilang karikatur salah besar karena tidak mencolok ke salah satu tokoh, hanya ada perumpamaan didalamnya. Lebih tepatnya ini termasuk jenis gambar ilustrasi.

2. Dalam pembuatan gambar ilustrasi di majalah TEMPO apakah ditentukan berdasarkan kebijakan redaksi?

Jawab:

Ya, betul. Pembuatan gambar ilustrasi di majalah TEMPO ditentukan berdasarkan isu yang akan diangkat oleh seluruh redaksi. Biasanya diadakan rapat seminggu sebelumnya.

3. Berapa gambar yang biasa anda buat dalam satu edisi majalah TEMPO?

Jawab:

Biasanya dalam satu edisi saya bias membuat sampai 10 gambar iustrasi, hanya saja yang dimuat hanya sebagian. Yang dimuat itu diambil dari keputusan pimred, yang dirasa sangat cocok dengan isu yang diangkat.

4. Sebagai seorang ilustrator yang membuat gambar ilustrasi rekening gendut perwira POLISI, apa yang anda rasakan ketika gambar anda justru dinilai kontroversial, dan bahkan dituntut oleh pihak kepolisian?

Jawab:

Justru itu yang saya bingung, dmn nilai kontroversialnya? Kalaupun pihak kepolisian menganggap gambar babi itu menghina konstitusinya, seharusnya

pihak kepolisian harus lebih jeli lagi memaknai gambar tersebut. Dalam pembuatan gambar tersebut saya tidak bermaksud sama sekali untuk menyinggung kepolisian dengan gambar babi. Pencantuman gambar babi tersebut saya pakai karena masyarakat akan langsung paham melihat gambar tersebut adalah celengan yang dimaksudkan sebagai rekening. Karena celengan yang dikenal umum oleh masyarakat adalah yang berbentuk babi tersebut, bahkan kata celengan tersebut berasal dari kata "celeng" yang berarti babi. Seharusnya kepolisian harus mengenal lebih jauh mengenai sejarah celengan.

5. Mengapa pada saat membuat gambar celengan tersebut tidak diganti dengan gambar lain, misalkan bentuk ayam jago ataupun semar?

Jawab:

Ya, karena bentuk celengan yang sudah umum dimasyarakat adalah bentuk seperti babi. Dan masyarakat akan langsung paham terhadap maksud gambar tersebut. Seandainya berbentuk ayam jago atau semar itu belum tentu masyarakat langsung menangkap yang dimaksud bahwa itu celengan.

6. Setelah melihat hasil analisis yang saya lakukan terhadap dua gambar ilustrasi, bagaimana tanggapan anda. Apakah makna yang saya temukan sesuai dengan makna yang anda tanamkan?

Jawab:

Hasil analisis anda sudah sangat tepat dan sesuai dengan apa yang saya maksudkan pada gambar ilustrasi tersebut.

Wawancara Dengan Ilustrator (Kendra H Paramita)

7. Kedalam jenis gambar apakah ini (Rekening Gendut Perwira POLISI) ?

Jawab:

Ini kalau dibilang karikatur salah besar karena tidak mencolok ke salah satu tokoh, hanya ada perumpamaan didalamnya. Lebih tepatnya ini termasuk jenis gambar ilustrasi.

8. Dalam pembuatan gambar ilustrasi di majalah TEMPO apakah ditentukan berdasarkan kebijakan redaksi?

Jawab:

Ya, betul. Pembuatan gambar ilustrasi di majalah TEMPO ditentukan berdasarkan isu yang akan diangkat oleh seluruh redaksi. Biasanya diadakan rapat seminggu sebelumnya.

9. Berapa gambar yang biasa anda buat dalam satu edisi majalah TEMPO?

Jawab:

Biasanya dalam satu edisi saya bias membuat sampai 10 gambar iustrasi, hanya saja yang dimuat hanya sebagian. Yang dimuat itu diambil dari keputusan pimred, yang dirasa sangat cocok dengan isu yang diangkat.

10. Sebagai seorang illustrator yang membuat gambar ilustrasi rekening gendut perwira POLISI, apa yang anda rasakan ketika gambar anda justru dinilai kontroversial, dan bahkan dituntut oleh pihak kepolisian?

Jawab:

Justru itu yang saya bingung, dmn nilai kontroversialnya? Kalaupun pihak kepolisian menganggap gambar babi itu menghina konstitusinya, seharusnya

pihak kepolisian harus lebih jeli lagi memaknai gambar tersebut. Dalam pembuatan gambar tersebut saya tidak bermaksud sama sekali untuk menyinggung kepolisian dengan gambar babi. Pencantuman gambar babi tersebut saya pakai karena masyarakat akan langsung paham melihat gambar tersebut adalah celengan yang dimaksudkan sebagai rekening. Karena celengan yang dikenal umum oleh masyarakat adalah yang berbentuk babi tersebut, bahkan kata celengan tersebut berasal dari kata "celeng" yang berarti babi. Seharusnya kepolisian harus mengenal lebih jauh mengenai sejarah celengan.

11. Mengapa pada saat membuat gambar celengan tersebut tidak diganti dengan gambar lain, misalkan bentuk ayam jago ataupun semar?

Jawab:

Ya, karena bentuk celengan yang sudah umum dimasyarakat adalah bentuk seperti babi. Dan masyarakat akan langsung paham terhadap maksud gambar tersebut. Seandainya berbentuk ayam jago atau semar itu belum tentu masyarakat langsung menangkap yang dimaksud bahwa itu celengan.

12. Setelah melihat hasil analisis yang saya lakukan terhadap dua gambar ilustrasi, bagaimana tanggapan anda. Apakah makna yang saya temukan sesuai dengan makna yang anda tanamkan?

Jawab:

Hasil analisis anda sudah sangat tepat dan sesuai dengan apa yang saya maksudkan pada gambar ilustrasi tersebut.



Prasetyo Prayogo

Rusa VIII No. 9 Rt. 06 Rw. 09
Perumnas II Tangerang, Banten

CELL PHONE : 0856 731 52 09

E-MAIL: prasetyo_prayogo@yahoo.com

CURRICULUM VITAE

Name : Prasetyo Prayogo
Place, Date of Birth : Jakarta, December 28th 1988
Address : Rusa VIII No. 9 Rt. 06 Rw. 09 Perumnas II
Tangerang, Banten
Religion : Moslem
Citizenship : Indonesia
Sex/Status : Male/Single
Height/weight : 167 cm/50 kg
Cell Phone : 0856 731 52 09
E-Mail : prasetyo_prayogo@yahoo.com

INTEREST.

Photography, Journalistic, Graphic Design, Movie Making, Travelling.
Etc.

FORMAL EDUCATION BACKGROUND.

- 1994 – 2000 : SDN Rama I Tangerang
- 2000 – 2004 : MTs Daar El-Qolam Tangerang
- 2004 – 2006 : SMAN 5 Tangerang
- 2006 – present : University of Sultan Ageng Tirtayasa – Banten

INFORMAL EDUCATION BACKGROUND.

- 2004 : Certificated for Basic Levels completion (LIA English Course)
- 2006 : Certificated for Intermediate Levels completion (LIA English Course)