

BAB II SAMPUL MAJALAH BERITA DAN SEMIOTIKA PEIRCE

II.1 Media Massa

Media massa merupakan hal yang sering dijumpai setiap hari, dari berbagai media yang digunakan, contohnya media cetak dapat berupa surat kabar, tabloid, bulletin, dan majalah. Lalu ada media elektronik, contohnya radio, televisi, dan internet. Dalam penggunaannya, media massa biasa menyampaikan sebuah pesan dari pengirim untuk masyarakat luas, pengirimnya baik dari perseorangan maupun organisasi/kelompok masyarakat. Menurut (Zanville, 2010, h. 2) Penting bagi media untuk muncul menyampaikan konten pesan, hiburan, informasi. dan iklan bagi khalayak luas. Media sebaiknya dianggap sebagai pembawa pesan dan juga sistem pengiriman. Majalah, koran, televisi serta radio, adalah medium yang spesial, karena sangat cocok dalam penyampaian sebuah iklan, berita, hiburan, dan konten edukasi untuk khalayak umum yang tersebar luas (Zanville, 2010, h. 7).

Media massa merupakan medium dalam penyampaian pesan, iklan, berita, hiburan kepada masyarakat luas dari perseorangan, organisasi atau kelompok tertentu, medium tersebut dapat berupa visual, audio, maupun audio visual dalam medium cetak atau elektronik.

II.2 Majalah

Media massa cetak yang terbit secara terjadwal dapat termasuk ke dalam majalah, baik tiap minggu atau tiap bulan terbitnya. Penikmat majalah umumnya sudah terbagi berdasarkan tema besar majalah tersebut, seperti majalah khusus wanita, pria, olahraga, hobi, dan kategori lainnya. Dengan mengerucutnya tema besar tiap kategorinya, majalah dapat menyajikan sebuah artikel atau berita secara mendalam, karena sudah memiliki pasarnya masing-masing. Umumnya penikmat majalah merupakan masyarakat menengah atas, karena memiliki pendapatan dan pendidikan menengah ke atas. Menurut Komarudin (1984) Artikel, berita, maupun cerita yang memiliki nilai sastra, fiksi maupun non-fiksi, iklan, kritik, karikatur, pengisi (*filler*) merupakan contoh dari isi sebuah majalah (h. 149)

II.2.1 Jenis Majalah

Jenis sebuah majalah ditentukan oleh kepada siapa majalah itu dituju, yang mana pihak redaksi telah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, remaja laki-laki, remaja perempuan, pria dewasa, atau wanita dewasa. Target audiens sudah ditentukan sejak awal sebelum dibuatnya sebuah majalah. Selain berdasarkan kepada siapa majalah tersebut dituju, dapat dikategorikan melalui profesi atau hobi tertentu seperti pebisnis, penikmat hobi tertentu seperti otomotif, olahraga, atau memasak. Menurut (Elvinaro, 2007, h. 120), majalah yang terbit dapat digolongkan menjadi beberapa tema, yakni:

- Majalah anak: Xy Kids!, Bobo
- Majalah berita: Time, Forbes, Newsweek
- Majalah Agama: Ar-Risalah, An-Najah
- Majalah wanita: Vogue, Famous, In Style
- Majalah pria: FHM, Playboy, Maxim.
- Majalah Komputer: Chip
- Majalah musik: Gitar Plus, Rolling stone, Ripple.
- Majalah berbahasa daerah: Damar Jati, Mangle

II.3 Majalah Berita

Majalah berita merupakan majalah telah difokuskan dalam menyampaikan berita dalam media massa majalah. Salah satu contoh majalah berita Sinar, TIME, Gatra, dan Tempo. Berita menurut Charley (dalam Romli, 2005, h. 35) Penyajian peristiwa penting, dan menarik yang bersifat faktual secara cepat dan luas bagi pembaca.

Suhandang (2014) menyebutkan ada dua jenis berita yaitu *Straight News* yang berupa berita yang singkat, dan padat dan *Feature News* yang berupa berita tidak langsung (h. 104). Sedangkan Romli menjabarkan lebih rinci jenis-jenis berita menjadi enam jenis, diantaranya:

- Berita Langsung (*Straight News*)
Laporan kejadian yang dikemas secara padat, ringkas, dan apa adanya merupakan berita langsung. Terdapat dua jenis berita langsung, yakni berita padat, berisikan mengenai kejadian besar, genting, memiliki dampak yang luas,

aktual, dan kepentingan masyarakat luas yang tinggi. Dan berita ringan berisikan mengenai peristiwa yang berbobot ringan, sebagai pelengkap dari Berita Padat.

- **Berita Opini**

Berita yang memuat pendapat, pernyataan, maupun gagasan merupakan berita opini. Berita opini juga dominan hadir di surat kabar.

- **Berita Interpretatif**

Laporan berita yang telah dikembangkan oleh narasumber yang kompeten atas berita yang telah muncul dengan menggabungkan fakta sebuah berita dengan interpretatif dari narasumber merupakan sebuah berita interpretatif

- **Berita Mendalam**

Berita mendalam merupakan sebuah laporan berita yang belum selesai yang dikembangkan dengan cara mencari informasi tambahan dari berita terkait atau narasumber yang berkompeten.

- **Berita Penjelasan**

Berita penjelasan merupakan berita yang diuraikan secara rinci, dan penuh dengan data. Fakta sebuah berita dipaparkan jelas, ditambah opini dari sudut pandang penulis. Pemaparan berita ini bersifat seri, atau berlanjut karena berisikan sangat panjang.

- **Berita Penyelidikan**

Berita penyelidikan merupakan berita hasil kolektif dari berbagai sumber, data dicari langsung di lapangan dan dikembangkan berdasarkan data dari narasumber. Berita investigasi biasanya dimuat dengan format tulisan *feature* berita atau *news feature*.

II.4 Sampul Majalah

II.4.1 Pengertian Sampul Majalah

Sebuah majalah akan dibeli atau tidak dapat ditentukan oleh visual sebuah sampul. Maka dari itu suatu majalah harus memiliki daya tarik tersendiri, jika memungkinkan sebuah majalah tersebut mempunyai visual atau gaya tersendiri yang ikonik yang menempel di benak para pembeli. Menjadikan majalah tersebut

memiliki konsumen setia berdasarkan isi pesan yang disampaikan beserta sampul menarik yang disajikan.

Sampul majalah adalah merupakan pelindung dari isi sebuah bacaan, terdapat di posisi paling depan dan belakang membungkus lembaran isi bacaan. Sampul juga meliputi identitas dari pemberi pesan, seperti logo pada sampul depan. Selain itu, ada pesan utama dari pemberi pesan yakni topik utama yang diangkat pada edisi tersebut, lalu terdapat juga harga majalah, edisi majalah.

Sampul selain menjadi identitas sebuah majalah, sampul yang atraktif dapat membuat calon konsumen melihat dan membeli majalahnya. Sebuah cara untuk menarik atensi konsumen dapat dilakukan dengan meletakkan judul-judul artikel, teks serta visual yang kontroversial (Rustan, 2008, h.129). Rolnicki (2008) mengungkapkan bahwa foto dan gambar yang dimuat pada sebuah sampul tidak boleh ada kekurangan dalam hal ketajaman dan kontrasnya, agar pembaca tertarik akan sampul tersebut. (h. 300-302).

Sampul dibuat selain untuk menjadi pelindung bagian isi, sampul dapat menjadi sebuah identitas sebuah penerbit dengan memiliki visual yang atraktif membuat citra di benak pembaca. Visual sampul yang atraktif pun mempengaruhi nilai sebuah majalah, karena dapat menarik atensi calon pembeli dengan elemen visual yang menarik, atau teks yang kontroversial.

II.4.2 Fungsi Sampul Majalah

Fungsi utama sebuah sampul adalah sebagai pelindung, membungkus isi dari majalah. Selain itu juga sebagai menarik perhatian, sehingga dapat membuat calon pembaca atau pembeli melirik untuk membaca serta membeli majalah, yang menghasilkan keuntungan dari penjualan majalah.

Hendris (seperti dikutip Akib, 2009) menjelaskan kriteria sampul majalah diantaranya adalah menyajikan identitas majalah tersebut berdasarkan misi yang telah ditetapkan, dapat menarik perhatian, dapat menimbulkan minat baca dan

minat untuk membeli majalah bagi calon pembaca, dan dapat menghasilkan penjualan dari majalah tersebut.

Menurut penjelasan di atas, fungsi sampul majalah salah satunya adalah memuat identitas majalah, menarik perhatian para pembaca, dan juga menghasilkan keuntungan dari penerbitan majalah itu sendiri.

II.4.3 Sampul Majalah Berita

Sampul majalah berita merupakan majalah yang memiliki sampul yang menarik, karena menampilkan hal-hal dan bentuk yang unik dalam gaya ilustrasi, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya (Zhafran, 2020) Kendra Paramita menyatakan tindakan seperti tindakan korupsi, pergantian pegawai, kampanye, dan lain-lain penggunaan simbol dan metafora perlu digunakan dalam pembuatan sampul majalah berita karena akan sulit dilakukan dengan teknik fotografi. Contohnya seperti sampul Majalah Tempo dan Gatra.



Gambar II.1 Majalah Gatra

Sumber: <https://pedia.gatra.com/product/detail/2610-9770853170601/majalah-gatra-ed2610?type=2> (diakses pada 13/01/2020)



Gambar II.2 Majalah TEMPO

Sumber <https://majalah.tempo.co/edisi/2461/2019-11-23> (diakses pada 13/01/ 2020)

Dalam sampul yang disajikan, penggunaan metafora sangat diperlukan dalam penyampaian pesan dari pihak redaksi kepada target pasar. Selain untuk menyampaikan pesan, sampulnya pun menarik perhatian agar dilirik dan dibeli oleh masyarakat.

II.4.4 Unsur Pembentuk Sampul Majalah

Dalam sebuah sampul majalah umumnya dapat terlihat beberapa elemen pembentuk sebuah sampul, antara lain adalah *logotype* dari perusahaan majalah tersebut, tanggal rilis atau edisi, harga majalah, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan *layout*.

II.4.4.1 Tipografi

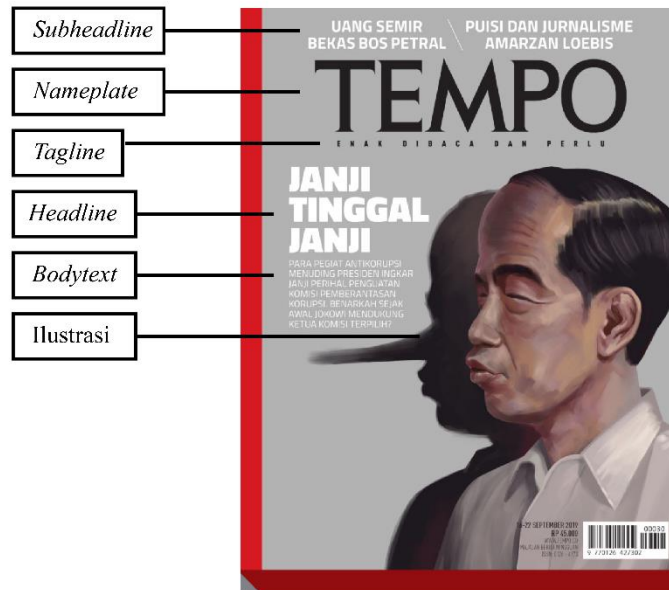
Tipografi merupakan salah satu elemen pembentuk sampul majalah, meliputi *headline*, dan *bodycopy/bodytext*. Fungsi dari *headline* merupakan memberikan informasi berupa tajuk yang ingin dibahas pada majalah tersebut, umumnya *headline* sangat singkat, digunakan sebagai umpan agar calon pembaca melirik pada sampul majalah tersebut. Sedangkan *bodycopy/bodytext* sebagai penjelas dari *headline*, memberikan potongan informasi lebih dalam tentang apa yang akan dibahas pada isi majalah tersebut.

Tipografi merupakan disiplin ilmu dalam pembuatan, penyusunan, dan perancangan sebuah huruf. Menurut Kusrianto (2013, h. 1) Tipografi merupakan teknik merancang aksara (huruf) pada sebuah konteks untuk menyusun publikasi visual, dalam bentuk cetak atau pun digital.

Tipografi dalam sampul majalah umumnya terdapat beberapa elemen, Rustan (2008) menjabarkan elemen teks beserta perannya pada *layout* majalah, diantaranya:

- *Headline*
Headline atau judul merupakan daya tarik utama dalam sebuah tulisan atau berita. Beberapa kata yang singkat mengenai sebuah topik yang dibahas disebut Judul. Ukuran judul lebih besar dari *bodytext* agar menjadi atensi utama diantara elemen visual lainnya. Judul dapat dirancang secara estetik dan penggunaan ukuran yang kontras dengan elemen yang lain.
- *Deck*
Bahasan ringkas tentang isu yang dibahas pada isi tulisan merupakan *deck*. *Deck* umumnya diletakkan di antara judul dan *bodytext*. *Deck* berfungsi sebagai pengantar pada isi pembahasan.
- *Bodytext*
Bodytext merupakan isi pembahasan dalam sebuah tulisan. *Bodytext* berisi informasi mengenai topik yang dibahas.
- *Subheadline*
Subheadline yaitu pecahan dari judul yang memiliki informasi cukup panjang. *Subheadline* membagi topik kedalam beberapa segmen agar lebih mudah dipahami.
- *Pull Quotes*
Pull Quotes berupa kalimat singkat yang berisikan penekanan informasi penting yang telah ditetapkan. *Pull quotes* biasanya diambil dari informasi pada *bodytext*.

- *Kickers*
Kickers merupakan satu atau beberapa kata pendek dari judul sebuah topik, biasa diletakkan di atas judul, penggunaannya pada halaman berulang sesuai dengan berapa banyak halaman dalam satu topik.
- *Initial Caps*
Initial cap merupakan penggunaan nilai estetis pada huruf awal dalam sebuah paragraf.
- Catatan Kaki
 Catatan kaki merupakan informasi detail mengenai beberapa tulisan, berupa referensi yang menjadi acuan teori atau juga rekomendasi tulisan lanjutan.
- Nomor Halaman
 Nomor halaman merupakan penanda agar pembaca dapat mengetahui halaman berapa yang sedang dibaca dan mengetahui lokasi tulisan.
- *Signature*
Signature adalah informasi kontak dan informasi tambahan dalam sebuah tulisan. Biasanya ditemui pada media berupa flyer, brosur, poster, serta *media advertising*. Pada majalah, biasanya ditemui pada iklan atau promosi *event* yang dimuat dalam majalah.
- *Nameplate*
 Nama media cetak seperti majalah, tabloid, surat kabar, dan lain-lain merupakan *nameplate*, berukuran besar dan diletakkan pada halaman paling depan atau pada sampul majalah.



Gambar II.3 Elemen Tipografi pada Sampul Majalah
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan penjelasan di atas, tipografi merupakan disiplin ilmu dalam perancangan sebuah huruf yang ada kaitannya dalam perancangan sebuah sampul majalah. Elemen tipografi berupa *headline*, *nameplate*, *bodytext*, *deck*, dan lainnya menjadi elemen pembentuk sampul majalah. Tipografi pada sampul merupakan komunikasi verbal yang menjelaskan sedikit tentang topik yang dibahas dan sebagian kecil isi dari majalah tersebut.

II.4.4.2 Ilustrasi

Dalam sebuah sampul umumnya jika tidak menempatkan sebuah foto, maka ilustrasi merupakan alternatif dari elemen yang digunakan dalam sebuah sampul. Penggunaan ilustrasi ini dimaksudkan untuk menyampaikan pesan dari pemilik pesan yang bersifat abstrak dan tidak dapat dilakukan menggunakan fotografi.

Sebagai alternatif, ilustrasi saat ini menggunakan media digital, yang mana dapat mengejar kualitas fotografi namun dalam bentuk ilustrasi sehingga terlihat nyata. Ilustrasi digital merupakan *new media*, dimana memadukan antara ilustrasi dengan teknik digitalisasi pada media komputer, yang membebaskan untuk menyampaikan pesan kepada audiens (Male, 2007, h.5). Ilustrasi digital merupakan teknik baru

yang memudahkan pengguna dengan digunakannya perangkat lunak pada sebuah komputer untuk membuat sebuah ilustrasi, dimana pengguna dapat membuat sebuah sketsa hingga karya tersebut rampung, atau hanya sebagai memoles karya.



Gambar II.4 Contoh Majalah Dengan Sampul Ilustrasi

Sumber: https://www.provoke-online.com/images/AllArticles/Art/aftergani/cover_111-01.jpg (diakses pada 22/01/2020)

Seiring berkembangnya zaman, pengaplikasian ilustrasi pada sebuah media mulai menggunakan teknik digitalisasi. Selain memudahkan proses produksi, waktu yang pengerjaan pun semakin cepat dengan hasil yang maksimal, bahkan dapat mengejar kualitas sebaik fotografi yang sangat mirip dengan bentuk nyata. Penggunaan ilustrasi pun sering menggantikan foto dalam sampul majalah.

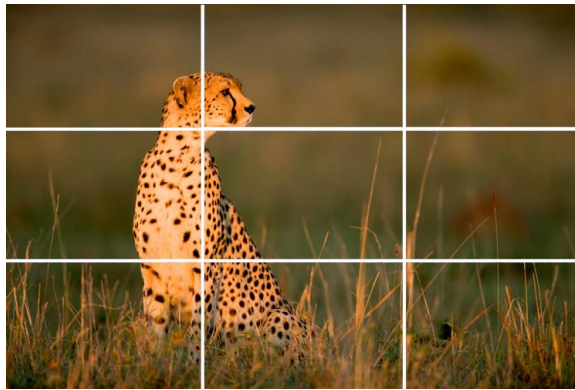
II.4.4.3 Komposisi (*Layout*)

Dalam sebuah majalah terdapat ilmu yang menjadi dasar atas penempatan elemen-elemen yang ada pada sebuah bidang. Komposisi adalah rancangan berupa sketsa susunan unsur-unsur komunikasi grafis yang akan dimuat pada sebuah media. Kegiatan menata, menyatu padukan unsur komunikasi grafis menjadi sebuah grafis yang komunikatif, estetik, persuasif dan mencapai tujuan (Pujiriyanto, 2005, h. 71).

Menurut Brown (2016, h.17) Dalam sebuah film, penting bagi *film-maker* untuk membangun sebuah *scene*, karena dalam satu waktu harus menyatukan semua elemen grafis dalam sebuah *scene*. Hal ini merupakan aspek visual dari bahasa film;

tentu saja ada sifat-sifat lain dari bahasa film yang lebih berkaitan dengan struktur plot dan narasi, tetapi di sini hanya memusatkan perhatian pada sisi visual dari subjek ini.

Ketika menggunakan kamera digital, jika mengaktifkan *guide* akan muncul empat garis yang membagi layar kamera menjadi sembilan buah segmen berupa kotak yang sama besar. Garis-garis tersebut membantu fotografer dalam menentukan komposisi dalam memperoleh foto yang baik, *rule of third* merupakan petunjuk untuk menempatkan objek foto pada sembilan segmen tersebut. (foto.co.id, 2020, para 2)



Gambar II.5 *Rule of Third*

Sumber: <https://foto.co.id/memahami-konsep-rule-thirds-dalam-fotografi/g> (diakses pada 16/07/2020)

Penggunaan *rule of third* memudahkan pengguna kamera dalam mengambil gambar, dan dalam perancangan untuk menempatkan dan menyatupadukan elemen visual dalam sebuah sampul majalah. Perancangan komposisi pada sampul majalah sangat penting karena arah baca, dan kejelasan elemen, konten pada sampul ditentukan oleh perancangan komposisi yang baik, jika tidak demikian informasi yang akan disampaikan tidak akan tercapai.

II.4.8 Warna

Merujuk dari buku *The Design of Medical and Dental Facilities* (Malkin, 1982), Simbolisme warna-warna yang digunakan pada skema warna di sampul tersebut dapat dilihat pada tabel II.1.

Tabel II.1 Tabel Simbolisme Warna
 Sumber: Malkin (1982)

Warna	Simbolisme Warna
Merah	Berani, kerusakan, kekuatan, berani, darah, cinta, bahaya, marah, panas.
Putih	Jujur, murni, kesucian, sopan, sederhana, rapi, terang.
Hitam	Kesedihan, kematian, teror, horror, gelap, kejahatan, misteri, kenakalan, ilmu gaib.
Abu-abu	Rendah hati, kesedihan, kematian, ketakutan, kesuraman, sterilitas, kematangan, tanpa emosi, isolasi.

II.5 Pinokio

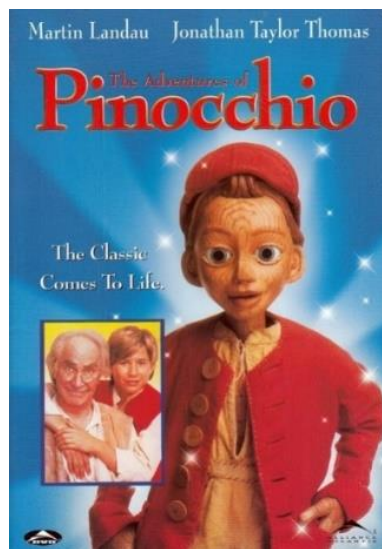
Pinokio merupakan cerita fiksi anak-anak dari Italia, yang menceritakan sebuah boneka kayu yang suka berbohong, hidungnya akan memanjang jika berbohong. Namun jika Pinokio berkata jujur, hidung panjangnya akan menyusut kembali seperti semula. Cerita Pinokio merupakan karangan Carlo Collodi pada 7 Juli 1881 yang awalnya merupakan sebuah majalah berseri dengan judul *La Storia di un Burattino* yang artinya (Kisah Seorang *Marionette*), lalu pada tahun 1883 majalah tersebut dicetak ulang dan diubah judulnya menjadi *Le avventure di Pinocchio* (Petualangan Pinokio).

Pinokio merupakan boneka kayu yang dibuat oleh Geppetto, Pinokio dapat bertingkah seperti anak pada umumnya setelah Geppetto berdoa agar Pinokio dapat hidup dan menjadi anak laki-lakinya. Pinokio tumbuh menjadi anak yang senang bermain, egois, suka berbohong, namun polos. Pinokio sering berbuat ulah, bahkan hampir dibakar oleh pemilik pertunjukan ketika menonton sirkus, dan dirampok oleh rubah dan kucing yang jahat yang menjanjikan Pinokio akan menggandakan koin emas yang dimilikinya.

Hilangnya koin emas membuat Pinokio enggan pulang ke rumah, Pinokio takut Geppetto akan marah padanya. Ketika Pinokio pulang bertemu dengan perempuan dengan gaun berwarna biru yang ternyata adalah seorang Peri, Peri tersebut

menanyakan dan ingin membantu Pinokio dengan menanyakan dimana orang tua nya dan tempat tinggalnya, namun Pinokio mengatakan bahwa tidak memiliki rumah dan orang untuk kembali pulang, dan kemudian hidung Pinokio memanjang karena telah berbohong.

Peri tersebut mengetahui hal tersebut dan menyuruh Pinokio pulang, dan menasehatinya agar tidak berbohong lagi. Pinokio pun berjanji dan hidungnya kembali seperti semula. Ketika pulang, Pinokio dimanfaatkan dan dijadikan keledai pertunjukan di sebuah sirkus, setelah itu Pinokio dibuang ke laut, Pinokio berubah menjadi boneka kayu, lalu Pinokio dimakan oleh Paus, Pinokio terkejut karena di dalam Paus tersebut ada Geppetto yang sakit dan kelaparan. Pinokio pun membujuk Paus tersebut untuk mengantarkan Pinokio dan Geppetto pulang ke rumah. Saat Pinokio dan Geppetto sudah sampai di rumah, Pinokio merawat Geppetto dengan baik hingga Geppetto sehat kembali. Melihat kejadian tersebut, Peri datang menemui Pinokio dan menjadikannya manusia seutuhnya, Geppetto pun akhirnya memiliki anak laki-laki sungguhan.



Gambar II.6 Cerita Petualangan Pinokio

Sumber: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/A1jTC8mQznL_SL1500.jpg (diakses pada 7/07/2020)

Berdasarkan cerita rakyat Pinokio, yang hidungnya memanjang ketika berbohong ada kaitannya dengan fenomena pasca pilpres yang mana Jokowi ingkar pada

janjinya yang mana menguatkan KPK. Sampul Majalah Tempo merujuk kepada cerita rakyat Pinokio dalam konsep yang dipakai pada sampul edisi 4542.

II.6 Semiotika

Tanda dalam sebuah komunikasi dikaji menggunakan metode analisis yaitu semiotika. Charles Sanders Peirce, seorang filsuf asal Amerika memunculkan istilah semiotika pada akhir abad ke-19, merujuk kepada “doktrin formal tentang tanda-tanda”. Semiotika merupakan persamaan dari semiologi atau istilah yang lebih umum digunakan (Nöth, 1995, h.5).

Ilmu semiotika merupakan ilmu mengenai tanda-tanda, menurut Chandler (2002): Semiotika melibatkan penelitian tidak hanya dari apa yang disebut ‘tanda’, dalam pembicaraan sehari-hari, tetapi juga tentang segala hal yang ‘mewakili’ sesuatu yang lain. Dalam pengertian semiotik, tanda-tanda berbentuk kata-kata, gambar, suara, gerakan dan objek. Semiotik kontemporer mempelajari tanda-tanda bukan dalam isolasi tetapi sebagai bagian dari semiotik ‘sistem tanda’ (seperti media atau *genre*) yang mempelajari bagaimana makna dibuat dan bagaimana realitas diwakili (h.2).

Tanda, merupakan apapun yang mewakili sesuatu hal lain, dalam semiotika, tanda tersebut dapat berupa objek, gambar, gerakan, kata-kata, dan suara. Sobur (2004, h. 100-101) menyatakan bahwa semiotik memiliki sembilan jenis yang dapat dikenal, antara lain:

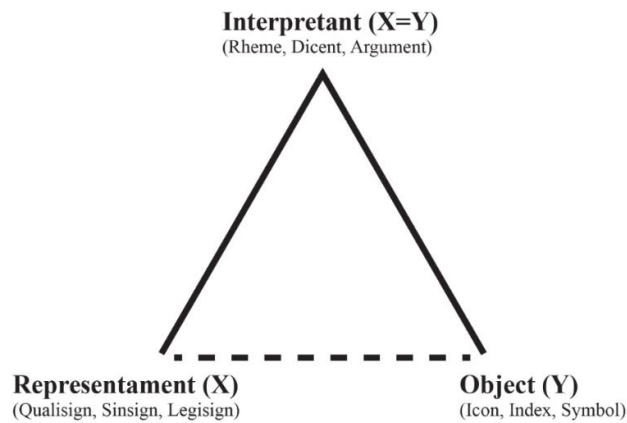
- Semiotik analitik, adalah semiotik yang menelaah sistem tanda. Semiotik yang berupa tanda kemudian dianalisis menjadi sebuah ide, objek, dan makna.
- Semiotik deskriptif, adalah semiotik yang menelaah sistem tanda yang bisa disaksikan saat ini dan tanda yang telah ada sebelumnya.
- Semiotik faunal (*zoosemiotic*), adalah semiotik yang fokus memperhatikan sistem tanda yang dilakukan oleh hewan.
- Semiotik kultural, adalah semiotik yang fokus menganalisis sistem tanda pada kebudayaan suatu kelompok atau rakyat tertentu.
- Semiotik naratif, adalah semiotik yang menganalisis sistem tanda yang terdapat pada suatu narasi yang berupa mitos dan cerita lisan (*folklore*).

- Semiotik natural, adalah semiotik yang fokus menganalisis sistem tanda yang dibuat oleh alam.
- Semiotik normatif, adalah semiotik yang fokus menganalisis sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berupa norma-norma.
- Semiotik sosial, adalah semiotik yang fokus menganalisis sistem tanda yang dibuat oleh manusia berupa lambang, baik lambang berbentuk kata maupun lambang berbentuk kalimat.
- Semotik struktural, adalah semiotik yang fokus menganalisis sistem tanda yang disampaikan dengan struktur bahasa.

Chandler (2001, h. 29) menyatakan bahwa Peirce mengembangkan model tanda sendiri, berdasarkan taksonomi dari tanda dan [sic] dari semiotik. Peirce menawarkan model triadik yang terdiri dari:

- Representamen: Bentuk yang diambil oleh tanda (bukan tentu material, meskipun biasanya ditafsirkan seperti itu) yang oleh beberapa ahli teori disebut “Kendaraan Tanda”.
- Interpretan (Penafsir): Bukan seorang penerjemah, namun pemahaman yang muncul dalam diri penerima tanda.
- Objek: Sesuatu yang di luar tanda yang dirujuk (referensi).

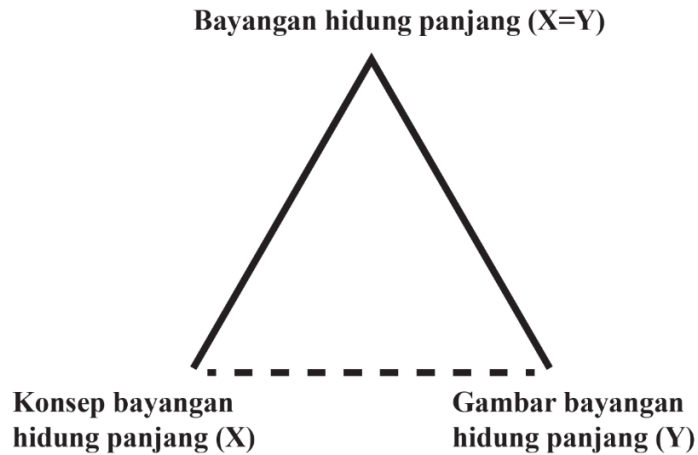
Menurut Peirce (dalam Deshinta, 2019, h.4) menyatakan bahwa tanda merupakan representamen (X), lalu benda, gagasan, konsep merupakan objek acuan (Y). Makna (perasaan, impresi dan lainnya) yang diungkap dari suatu tanda, merupakan interpretan (X=Y). Berikut adalah model Peircean yang diilustrasikan secara konvensional:



Gambar II.7 Model Triadik Peircean
 Sumber: Buku *Semiotics the Basic*, Chandler (2002)

Model ini tidak dibuat secara visual oleh Peirce dan Floyd Merrell (yang lebih suka menggunakan 'tripod' dengan simpul pusat) berpendapat bahwa bentuk segitiga tidak menunjukkan triadisitas asli, tetapi hanya *three-way dyadicity*' (Merrell 1997, 133). Garis putus-putus pada alas triadik ditujukan untuk memperlihatkan tidak perlu adanya ikatan yang dapat dilihat antara kendaraan tanda dan referensi (Chandler, 2001, h.30).

Agar menjadi sebuah tanda, makna tersebut harus diungkap menggunakan teori triadik Peirce. Yang menjadi permasalahan adalah bagaimana sebuah makna lahir dari sebuah tanda ketika tanda tersebut dipakai ketika berkomunikasi. Tanda-tanda yang dimuat pada sampul Majalah Tempo edisi 4542 merupakan Representamen (X), elemen visual pada sampul yang dirujuk oleh tanda adalah Objek (Y), dan Makna yang didapatkan hasil dari interpretasi penulis adalah Interpretan (X=Y), jika dalam struktur triadik, akan berbentuk seperti Gambar II.8



Gambar II.8 Model Triadik Peircean pada Penelitian Ini
Sumber: Dokumentasi Pribadi

II.6.1 Tanda

Menurut Eco (dalam Sobur, 2001, h. 17) tanda diartikan sebagai sesuatu dengan dasar penetapan sosial yang dibuat sebelumnya yang dianggap dapat menggantikan sesuatu yang lain.

Peirce menyatakan bahwa terdapat tiga buah tanda yang umum dipakai di berbagai karya semiotika, tanda-tanda tersebut adalah ikon, indeks, dan simbol. Simbol adalah tanda yang merepresentasikan objeknya melalui kesepakatan tertentu pada suatu konteks, indeks merupakan tanda perwakilan dari awal referensi menggunakan cara menunjuk adanya maupun mengaitkan dengan sumber referensi lainnya, sedangkan ikon merupakan tanda perwakilan sumber referensi melalui sebuah replikasi bentuk, dan persamaan, sedangkan (Deshinta, 2019, h, 6)

Tabel II.2 Pembagian Tanda Menurut Peirce
Sumber: Deshinta, (2019)

Jenis Tanda	Hubungan Antara Tanda dan Sumber acuannya	Contoh
Ikon	Tanda dibuat sebagai representasi sumber referensi dengan cara percobaan (artinya, sumber referensi bisa ditangkap oleh panca indera).	Bentuk gambar, foto, kata-kata onomatopeia (kata yang menirukan

		bunyi dari sumber yang digambarkan)
Indeks	Tanda dibuat untuk mengindikasikan sumber referensi untuk saling menghubungkan sumber referensi.	Kata ganti aku, kau, ia dan lainnya.
Simbol	Tanda yang dibuat sebagai alat pembandingan sumber referensi melalui persetujuan..	Simbol seperti mawar, simbol matematika, dan seterusnya.

Tabel II.3 Jenis Tanda Tanda Menurut Peirce
Sumber: Wibowo, (2006)

Jenis Tanda	Ditandai Dengan	Contoh	Proses Kerja
Ikon	Keidentikkan	Foto, Patung	Dilihat
Indeks	Hubungan sebab—akibat, Keterkaitan	Asap=api Gejala=penyakit	Diperkirakan
Simbol	Konvensi atau kesepakatan sosial	Kata-kata, isyarat	Dipelajari

Sobur (2009, h 97-98) menyatakan bahwa dalam meninjau objek yang dipahaminya, seorang pengulas yang baik harus jeli, segala sesuatu yang dilihat harus melalui jalur logika, yaitu:

1. Hubungan penalaran dengan jenis penandanya:
 - *Qualisign* : Penanda yang berkaitan dengan sifatnya.
 - *Sinsigns*: Penanda yang berkaitan dengan kenyataan.
 - *Legisigns*: Penanda yang berkaitan dengan peraturan.
2. Hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya:
 - *Icon*: Sesutau yang menjalankan peran sebagai penanda yang mirip dengan rupa acuannya.

- *Index*: Sesuatu yang menjalankan peran sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya.
 - *Symbol*: Sesuatu yang menjalankan peran sebagai penanda yang oleh peraturan, atau kaidah secara kesepakatan yang telah biasa dipakai dalam masyarakat.
3. Hubungan pikiran dengan jenis petandanya:
- *Rhyme or seme*: Penanda yang terikat dengan mungkin terpahaminya objek petanda bagi penafsir
 - *Dicent or Decising or pheme*: Penanda yang menunjukkan informasi mengenai petandanya.
 - *Argument*: Penanda yang berupa kaidah.

Suprpto (2006, h. 123) menyatakan tentang pikiran utama mengenai makna dan tanda dalam proses komunikasi, diantaranya adalah:

1. Seperangkat tanda merupakan sesuatu yang berguna dalam sebuah proses komunikasi, karena komunikan harus mengerti akan pesan yang disampaikan.
2. *Signs* merupakan basis dari aktivitas komunikasi, dengan adanya perantara tanda, manusia dapat berkomunikasi dengan satu sama lain.
3. Semiotika komunikasi mementingkan pada teori mengenai pembuatan tanda, ada enam aspek dalam komunikasi, yakni: pengirim, penerima tanda, pesan, alur komunikasi, dan referensi yang dibicarakan.

II.7 Teori Persepsi

Persepsi merupakan peristiwa mengidentifikasi, dan menerjemahkan informasi sensoris sehingga dapat menggambarkan, memahami suatu tempat. Persepsi merupakan isu sentral dalam epistemologi, teori pengetahuan. Semua pengetahuan empiris didasari oleh bagaimana cara manusia menggunakan indera perasa, peraba, dan lainnya di sekitar kita (O'Brien, 2014). Persepsi merupakan sebuah proses ketika seseorang mengelola dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris yang ditangkap guna memberikan arti bagi lingkungan. Robbins, dalam Alizamar (2016, h. 20) menyatakan bahwa objek psikologi persepsi ada kaitannya dengan dunia Desain Komunikasi Visual, yaitu:

- Persepsi *Top Down processing* dan *Bottom-up processing*, proses persepsi yang terdiri dari dua babak, yaitu deteksi dan rekognisi. Deteksi ketika menyadari adanya rangsangan (*bottom up*), dan rekognisi ketika manusia menginterpretasikan arti sebuah rangsangan yang diterima lalu mengidentifikasinya berdasarkan pengetahuan sebelumnya (*top-down processing*).
- Persepsi cahaya dan warna, dengan dua kutub teori yaitu teori tiga sensasi warna dengan teori bertentangan dalam warna, keduanya juga saling melengkapi.
- Persepsi visual, sebuah persepsi terhadap sebuah bentuk, ruang, dan pengaruhnya terhadap manusia.
- Persepsi bentuk dan Psikologi Gestalt, merupakan kemampuan manusia untuk mengelompokkan elemen yang dilihat menjadi sebuah satu kesatuan.
- Persepsi sinyal, merupakan persepsi terhadap sinyal-sinyal, motivasi, keadaan fisik, dan atensi merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi manusia dalam menangkap sinyal.
- Teori persepsi figur dan latar, dimana manusia dapat membedakan latar belakang dan figur.
- Ambang batas persepsi, persepsi ini dipakai dalam sebuah desain dalam bentuk kontras, warna.
- Persepsi *subliminal*, batas kemampuan persepsi manusia dalam menyerap sensasi.

Dalam dunia Desain Komunikasi Visual (DKV), penting untuk memahami persepsi visual untuk memahami target sasaran, peranan DKV dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu identitas (jati diri/*brand*), informasi (penerangan), persuasi (pembujukan). (Iskandar, 2007,5). Dalam penyampaiannya persepsi visual tersebut dibangun dengan unsur bahasa rupa, yang dapat berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar, foto, tipografi, dan lainnya. Pengemasan visual secara kreatif, baik dan tepat sasaran akan membangun persepsi visual yang sesuai dengan yang diinginkan pada target sasaran.

II.8 Hukum Gestalt

Psikologi gestalt adalah cabang ilmu psikologi yang menekuni suatu kejadian sebagai satu kesatuan, informasi-informasi pada psikologi Gestalt disebut sebagai fenomena (gejala). Dalam suatu fenomena, terdapat dua elemen, yaitu objek dan arti. Objek adalah sesuatu yang dapat dipaparkan setelah ditangkap oleh indera, lalu objek tadi diubah menjadi informasi yang memiliki arti kepada objek tersebut. Alizamar (2016, h. 27) menyebutkan bahwa Max Wertheimer selaku pendiri aliran Gestalt, pada tahun 1923, ia mengemukakan hukum-hukum Gestalt, antara lain:

- Hukum kedekatan (*Law of Proximity*)
Sesuatu yang saling berdekatan satu sama lain akan dipandang sebagai suatu kesatuan, atau bentuk tertentu.
- Hukum Ketertutupan (*Law of Closure*)
Manusia cenderung melihat sebuah objek dengan bentuk secara menyeluruh karena mudah diingat, maka dari itu manusia cenderung akan mengisi sebuah kekosongan pola objek agar menjadi sesuatu yang penuh, atau sempurna.
- Hukum Kesamaan (*Law of Equivalence*)
Manusia cenderung mempersepsikan stimulus yang sama sebagai suatu kesatuan.