# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.1 Kajian Pustaka

## 2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis adalah sebuah kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain dan berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti penulis. Adanya review penelitian sejenis guna agar tidak terjadi pengulangan dan duplikasi penelitian pada objek yang serupa. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai referensi untuk melakukan penelitian:

1. Penelitian dilakukan oleh Muhammad Dhani Winharso dari jurusan ilmu komunikasi FISIP Universitas Pasundan, angkatan 2013, yang berjudul **“Analisis Semiotika Pada Cover Majalah Tempo Edisi “Investigasi Tamasya Napi Sukamiskin”**, yang tertuang dalam bentuk skripsi. Penulis menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Charles Sanders Peirce untuk menunjang penelitiannya. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menelaah bagaimana makna pada cover majalah Tempo. Cover majalah ini menampilkan tanda - tanda pada sebuah gambar yaitu pemberian efek merah sebagai latar belakang cover memberikan pesan bahwa pada edisi ini merupakan edisi khusus membahas mengenai Investigasi Tamasya Napi yang terjadi di Lembaga Pemasyarakatan (LP) Sukamiskin Bandung pada 2016 lalu objeknya adalah desain bangunan LP Sukamiskin berwarna hitam, serta seseorang dengan menggunakan peralatan traveling lengkap berwarna hitam dan berjalan di antara anak tangga, perpaduan antara warna merah, hitam menuju warna putih yang tergambar pada cover majalah tersebut menunjukan kebiasaan Napi di lingkar hitam jeruji besi. Dari skripsi yang dibuatnya dapat diambil kesimpulan, bahwa makna dari cover Tempo ini adalah tanda dan objek tersebut dihubungkan dan menimbulkan interpretant yaitu penjara tak membuat para napi yang mendekam di LP Sukamiskin kehilangan kebebasan. Mereka tetap bisa pelesiran, bersantai di rumah kontrakan, apartemen, rumah sakit dan pulang kampung. Jejak persengkongkolan antara Napi, Sipir dan pejabat LP membuat berbagai aturan dilanggar. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, karena dalam penelitian terdahulu tersebut menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif, selain itu bertujuan untuk mengetahui dan menelaah makna pada sebuah cover majalah dengan menggunakan pendekatan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika.
2. Penelitian dilakukan oleh Suci Rahmadiah Pertiwi dari jurusan ilmu komunikasi FISIP Universitas Pasundan, angkatan 2011, yang berjudul **“Analisis Semiotika KPK Adalah Kita Pada Cover Majalah Tempo”**, yang tertuang dalam bentuk skripsi. Penulis menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Charles Sanders Peirce untuk menunjang penelitiannya. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menelaah bagaimana makna pada cover majalah Tempo. Cover majalah ini menampilkan tanda pada gambar tersebut yaitu sekelompok hewan berwarna hitam yang memiliki ciri – ciri hewan berbahaya, dan objeknya adalah cicak yang berwarna merah dengan ciri hewan yang tidak berbahaya. Dari skripsi yang dibuatnya dapat diambil kesimpulan, bahwa tanda dan objek tersebut dihubungkan akan menimbulkan interpretan, yaitu sekelompok hewan berukuran besar yang akan melakukan penyerangan pada hewan kecil, dan berupaya menyudutkan cicak. Atas situasi tersebut, majalah Tempo menggambarkan KPK Adalah Kita, yaitu rakyat yang berada di pihak KPK. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, karena dalam penelitian terdahulu tersebut menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif, selain itu bertujuan untuk mengetahui dan menelaah makna pada sebuah cover majalah dengan menggunakan pendekatan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika.
3. Penelitian dilakukan oleh Riki Froto Zulius dari jurusan ilmu komunikasi FISIP Universitas Pasundan, angkatan 2012, yang berjudul **“Analisis Semiotika Cover Album Crimson Eyes Sigmun Band”**, yang tertuang dalam bentuk skripsi. Penulis menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Roland Barthes untuk menunjang penelitiannya. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penanda, petanda dan mitos pada cover album “Crimson Eyes”. Cover album ini menampilkan enam macam simbol yang mengandung makna. Terdiri dari makna denotasi, konotasi dan mitos untuk patung, padang pasir dengan danau, langit dan juga warna merah, coklat dan biru. Makna denotasi yang terdapat dalam cover ini dilihat dari patung dengan gestur tegap yang berwarna merah. Patung ini merupakan simbol dari cover album Crimson Eyes dan dirasa dapat mewakili isi dari album tersebut. Padang pasir pada album ini disesuaikan denga nisi album Crimson Eyes yang akan membawa pendengarnya ke dalam nuansa surealis di tengah gurun Mesir. Dan dilihat dari lembayung menandakan waktu sore menuju malam. Lalu makna konotasi yang terdapat dalam cover album Crimson Eyes dilihat dari patung, menandakan akan sebuah proses cahaya membentuk manusia untuk mencapai kesempurnaan menjadi manusia yang sesungguhnya. Pada pasir dan danau yang berwarna coklat menandakan sebuah proses enuju kesempurnaan itu tidak selalu berjalan dengan mulus. Dan danau ditengah padang pasir seperti fatamorgana, bagai menemukan mata air ditengah padang pasir, sebuah album penuh yang melepas dahaga pun muncul. Kemudian mitos, menandakan sebuah cahaya yang sedikit demi sedikit berubah menjadi manusia sempurna. Dimana cahaya mistis tanda perubahan atau kejadian. Kepercayaan masyarakat terhadap mitos dan fenomena akan adanya suatu pertanda membuat suatu keyakinan baru. Semua gambar cover album Crimson Eyes ini melambangkan kekelaman. Tetapi pada penelitian cover album ini disimpulkan bahwa kekelaman tidak selalu identik dengan kegelapan, tetapi muncul hal yang baru seperti kesucian. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, karena dalam penelitian terdahulu tersebut menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif, selain itu bertujuan untuk mengetahui penanda, petanda dan mitos pada sebuah cover dengan menggunakan pendekatan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Roland Barthes

**Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Judul  / Penulis | Analisis Semiotika Pada Cover Majalah Tempo Edisi “Investigasi Tamasya Napi Sukamiskin **/** Muhammad Dhani Winharso | Analisis Semiotika KPK Adalah Kita Pada Cover Majalah Tempo **/** Suci Rahmadiah Pertiwi | Analisis Semiotika Cover Album Crimson Eyes Sigmun Band **/** Riki Froto Zulius |
| Teori | Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Charles Sanders Peirce | Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Charles Sanders Peirce | Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Roland Barthes |
| Hasil | Tanda dan objek menimbulkan interpretant yaitu penjara tak membuat para napi yang mendekam di LP Sukamiskin kehilangan kebebasan. Mereka tetap bisa pelesiran, bersantai di rumah kontrakan, apartemen, rumah sakit dan pulang kampung. Jejak persengkongkolan antara Napi, Sipir dan pejabat LP membuat berbagai aturan dilanggar. | Tanda dan objek tersebut menimbulkan interpretan, yaitu sekelompok hewan berukuran besar yang akan melakukan penyerangan pada hewan kecil, dan berupaya menyudutkan cicak. Atas situasi tersebut, majalah Tempo menggambarkan KPK Adalah Kita, yaitu rakyat yang berada di pihak KPK. | Pada cover album Crimson Eyes Sigmun Band ini memiliki enam macam simbol yang mengandung makna. Terdiri dari denotasi, konotasi dan mitos untuk patung, padang pasir dengan danau, langit dan juga warna merah, coklat. |
| Perbedaan | Peneliti sebelumnya meneliti cover majalah Tempo edisi Investigasi Tamasya Napi Sukamiskin dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang cover majalah Tempo Edisi Janji Tinggal Janji dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. | Peneliti sebelumnya meneliti cover majalah Tempo edisi KPK Adalah Kita dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang cover majalah Tempo Edisi Janji Tinggal Janji dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. | Peneliti Sebelumnya meneliti cover album Crimson Eyes. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti tentang cover majalah Tempo Edisi Janji Tinggal Janji |

* 1. **Kerangka Konseptual**
     1. **Komunikasi Massa**
        1. **Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi Massa berasal dari kata *media of mass communication* ( media komunikasi massa). “Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik)” (Nurudin, 2007, h.4)

Komunikasi massa memiliki jangkauan yang sangat luas dalam menyebarluaskan informasi. “Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat”.(Ardianto, 2004, h.6)

Komunikasi massa terbagi menjadi dua, yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. “Komunikasi massa barangkali lebih akan mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio, siaran, surat kabar, majalah, dan film” (Ardianto, 2004, h.6)

Berdasarkan beberapa definisi komunikasi massa tersebut maka dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi menggunakan media massa sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang tersebar, anonim dan heterogen. Media massa dalam komunikasi massa terbagi menjadi media massa cetak yakni surat kabar, dan majalah, media massa elektronik yakni televisi, radio, dan film.

* + - 1. **Ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki ciri – ciri tersendiri untuk membedakan dengan komunikasi yang lainnya. Berikut merupakan beberapa ciri – ciri komunikasi massa yaitu :

1. Komunikator Terlembagakan, komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
2. Pesan bersifat umum, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya pesan komunikasi massa bersifat umum.
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.
4. Media massa menimbulkan keserempakan, jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.
6. Komunikasi massa besifat satu arah, komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.
7. Stimulasi alat indra terbatas, dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.
8. Umpan balik tertunda (Delayed) dan tidak langsung (Indirect), komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bgaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.(Ardianto, 2004, h.7)

Dari ciri diatas, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi massa bersifat satu arah, hal tersebut karena khalayak yang anonim dan heterogen, stimulasi alat indra terbatas hanya menggunakan indra penglihatan untuk media massa cetak, indra pendengaran untuk media massa auditif, indra penglihatan dan pendengaran bagi media massa elektronik televisi dan film. Berdasarkan hal tersebut maka komunikasi massa bersifat satu arah dan memungkinkan adanya timbal balik yang tertunda. Ciri tersebut dapat membedakan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya.

* + - 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki peran yang penting bagi masyarakat, baik bagi faktor sosial, pendidikan, maupun pembentukan karakter masyarakat. Selain itu komunikasi massa sangat berperan penting bagi pengembangan pengetahuan pada masyarakat.

Berikut merupakan fungsi komunikasi massa secara umum diantaranya :

1. Fungsi Informasi
2. Fungsi Pendidikan
3. Fungsi Memengaruhi (Ardianto, 2004, h.18)

Selain itu terdapat juga 12 fungsi komunikasi massa, diantaranya :

1. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai – nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi.
2. Mengajarkan penampilan baru.
3. Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan.
4. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang.
5. Meningkatkan aspirasi seseorang.
6. Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal – hal menyangkut orang banyak.
7. Membantu orang menemukan nilai baru dan keharmonisan dari situasi tertentu.
8. Mempertinggi rasa kebangsaan.
9. Meningkatkan aktivitas politik seseorang.
10. Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat
11. Menjadi sarana untuk membantu pelaksanaan program – program pembangunan.
12. Mendukung pembangunan ekonomi, sosial, dan politik suatu bangsa (Cangara, 2012, h.63)

Maka dari itu peran komunikasi massa atau peran media massa sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Segala sesuatu yang merupakan produk dari media massa sangatlah berpengaruh bagi masyarakat dan bangsanya. Sehingga media massa harus menjalankan fungsi – fungsi komunikasi massa dengan semestinya guna membawa pengaruh yang lebih baik bagi kehidupan masyarakat.

* + - 1. **Efek Komunikasi Massa**

Komunikasi massa pastinya menyampaikan pesan yang akan memberikan efek kepada khalayak atau masyarakat tentang suatu peristiwa yang disampaikan. Efek dari pesan dalam komunikasi massa, diantaranya:

1. Efek Kognitif, yaitu efek yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.
2. Efek Afektif, berpengaruh lebih tinggi dari efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan lain sebagainya.
3. Efek Behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku tindakan atau kegiatan ( Ardianto, 2004, h.52)

Ketiga efek tesebut akan diterima oleh khalayak yang terkena terpaan informasi yang disampaikan oleh media massa, baik media cetak maupun media elektronik.

* + 1. **Jurnalistik** 
       1. **Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ.* Dalam Bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Dalam kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah dan lainnya. “Jurnalistik adalah seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari – hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya” (Sumadiria, 2005, h.3)

Selain itu, “jurnalistik adalah suatu pengelolaan pelaporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebaran kepada masyarakat” (Sumadiria, 2005, h.151)

Jurnalistik merupakan suatu kegiatan mencari dan menyebarluaskan inforrmasi kepada khalayak. “Jurnalistik adalah mencari dan mengolah, menulis dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis)” (Romli, 2004, h.14)

Semua definisi jurnalistik memasukan unsur media massa, penulisan berita dan waktu tertentu (aktualitas). Dalam hal ini jurnalistik juga merupakan suatu tindakan diseminasi informasi, opini dan hiburan untuk publik yang sistematik dan dapat dipercaya kebenarannya melalui media komunikasi atau laporan tentang kejadian-kejadian yang mucul pada saat laporan ditulis dengan berbagai tahapan hingga sampai ke khalayak. Seperti menurut Sumadiria, “secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.” (Sumadiria, 2005, h.3)

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa jurnalistiik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari - hari secara berkala dengan menggunakan sarana – sarana penerbitan yang ada, yaitu media massa cetak majalah dan surat kabar, dan media massa elektronik televisi dan radio.

* + - 1. **Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik berhubungan erat dengan media massa. Kegiatan jurnalistik pada umumnya menggunakan saluran media massa.

Jurnalistik dibagi ke dalam tiga bagian besar : Jurnalistik media cetak (newspaper and magazine journalism), jurnalistik media elektronik auditif (radio broadcast journalism), jurnalistik media audiovisual (television journalism). Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian,jurnalistik kabar mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media elektronik auditif adalah jurnalistik radio siaran. Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi. (Sumadiria, 2005, h 4)

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing – masing. Dengan menggunakan media massa yang beragam, tentunya masing – masing media massa memiliki kekhasannya masing – masing yang membuat satu sama lain memiliki perbedaan. Ciri dan kekhasannya itu antara lain :

Ciri – dan kekhasannya itu antara lain terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengelolaan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa. Sebagai contoh. Filosofi surat kabar harian menekankan pada segi keunggulan dan kecepatan dalam perolehan dan penyebaran informasi, sedangkan filosofi penerbitan majalah berita mingguan lebih banyak menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya. (Sumadiria, 2005, h.4)

Sementara itu bentuk jurnalistik masing – masing memiliki kelebihan dan kekurangan yang ada pada setiap bentuknya. Artinya ketiga bentuk jurnalistik memiliki perbedaan. Adapun perbedaan - perbedaan antara ketiga bentuk jurnalistik, sebagai berikut :

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnaistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraph yang efektidf dan komunikatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal – hal yang menyangkut segi perwajahan.

1. Jurnalistik Media Elektronik AuditifJurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik radio siaran, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. Verbal, berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraph secara efektif dan komunikatif. Teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan
2. Jurnalistik Media Elektronik AudiovisualMerupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Verbal, berhubungan dengan kata – kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, hidup dan memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televise penerima di rumah – rumah. Dramatikal, berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yag dihasilkan secara simultan.(Sumadiria, 2005, h.4-5)

Berdasarkan uraian diatas maka bentuk – bentuk jurnalistik baik itu media massa cetak, media massa elektronik auditif dan media massa elektronik audiovisual sama sama memiliki kelebihan dan kekurangan bagi khalayak, pesan melalui media massa cetak seperti majalah dan surat kabar hanya didapatkan dengan menggunakan indra penglihatan namun dapat dibaca berulang - ulang, pesan melalui media massa elektronik auditif seperti radio hanya didapatkan dengan indra pendengaran, tetapi radio menyajikan pesan – pesan secara komunikatif tidak membuat pendengar atau khalayak cepat bosan, sedangkan pesan melalui media massa elekktronik televisi bisa didapatkan dengan indra penglihatan dan pendengaran namun pesan yang diterima serentak, artinya pesan tidak dapat diulang secara berkala.

* + - 1. **Produk Jurnalistik**

Produk jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau berkala lainnya seperti radio, televisi dan media online internet. Namun tidak setiap surat kabar, tabloid, majalah, bulletin disebut produk jurnalistik.

Surat kabar, tabloid, majalah, dan buletin dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok besar : (1) berita (*news*), (2) opini *(views*), (3) iklan (*advertisin*g). Dari tiga kelompok itu hanya berita *(news*) dan opini (*views*) saja yang disebut produk jurnalistik. Iklan bukanlah produk jurnalistik, walaupun teknik yang digunakanya merujuk pada teknik jurnalistik. (Sumadiria, 2005, h.6)

Berita dan opini yang ada pada isi surat kabar, majalah, radio, dan televisi merupakan produk jurnalistik. Walaupun iklan hampir selalu ditemukan di setiap media massa baik cetak maupun elektronik, tetapi bukan berarti bahwa iklan merupakan sebuah produk jurnalistik. Berikut merupakan pengelompokkan jenis – jenis berita sebagai berikut : “Kelompok berita (*news*), meliputi antara lain berita langsung (*straight news*), berita menyeluruh (*comprehensive news*), berita mendalam (*depth news*), pelaporan mendalam (*depth reporting*), berita penyelidikan *(investigative news*), berita khas bercerita (*feature news*), berita gambar (*photo news*).” (Sumadiria, 2005, h.6)

Berikutnya jenis – jenis opinidikelompokkan sebagai berikut :“Kelompok opini (views), meliputi tajuk rencana, karikatur, pojok, artikel, kolom, esai, dan surat pembaca.” (Sumadiria, 2005, h.6)

Produk jurnalistik yang ada pada media massa cetak maupun media massa elektronik adalah berita dan opini, berita dan opini menjadi sarana bagi masyarakat untuk memperoleh informasi tentang perkembangan permasalahan yang ada pada suatu bangsa.

* + 1. **Gambar Ilustrasi**

Gambar ilustrasi adalah bentuk visual dari kalimat ataupun teks. Ilustrasi bertujuan untuk memperjelas teks ataupun kalimat. “gambar iilustrasi adalah penggambaran suatu elemen rupa guna menjelaskan, menerangkan, dan memperindah sebuah teks, agar pembaca dapat merasakan secara langsung melalui mata sendiri, sifat, dan kesan yang ada dalam cerita yang disajikan. (Rohidi, 1984, h.87). Gambar ilustrasi berfungsi untuk menarik para pembaca agar tertarik untuk membaca.

* + 1. **Karikatur** 
       1. **Karikatur Sebagai Produk Jurnalistik**

Karikatur merupakan suatu gambar dari yang dilebih – lebihkan biasanya karikatur dibuat dalm bentuk gambar seseorang atau tokoh yang diberikan kesan humor atau dapat juga dimasukkan ke dalam opini pada suatu kegiatan jurnalistik.

Secara teknis jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dan muatan kritik sosial dengan memasukkan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapa pun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri. (Sumadiria, 2005, h.9)

Karikatur menjadi sarana opini bagi media massa cetak untuk mewakili aspirasi masyarakat.

* + - 1. **Pengertian Karikatur**

Karikatur merupakan olahan desain grafis yang sering ditampilkan dalam media massa cetak atau media Pers. Secara etimologis karikatur berasal dari bahasa Italia, *caricare*, artinya melebih – lebihkan. Kata *caricare* itu sendiri dipengaruhi oleh kata *carrattere*, juga bahasa Italia, yang berarti karakter dan kata cara bahasa Spanyol yang berarti *wajah*.

Definisi dari karikatur, yakni “karikatur dari asal *caricare* adalah foto atau potret seseorang seperti misalnya, mata, hidung, mulut, gigi, dan lain – lain yang diolah berlebihan. Deformasi ini dapat berarti penghinaan atau penghormatan.” (Sobur, 2003, h.139)

Selain itu, terdapat definisi karikatur yang lainnya sebagai berikut: “karikatur merupakan representasi sikap atau karakter seseorang dengan cara melebih – lebihkan sehingga melahirkan kelucuan, karikatur juga sering dipakai sebagai sarana kritik sosial dan politik.” (Sumadiria, 2005, h.8)

Karikatur tidak hanya merujuk pada gambar wajah seseorang yang dilebih – lebihkan, karikatur juga mencakup semua peristiwa yang terjadi, diliput, dan menjadi sorotan pers. Karikatur bahkan termasuk karya seni grafis.

Karikatur adalah termasuk seni grafis, yaitu suatu cabang dari bentuk seni lukis. Dalam penyajiannya dituntut pula akan selera indah sebagaimana hasil seni. Ini penting, karena ide yang bagaimanapun kuatnya akan berkurang nilainya apabila tidak didukung oleh kualitas gambar yang baik. Sebagaimana seni lukis, dalam karikatur juga dituntut selera komposisi untuk membuat gambar yang enak dipandang. (Sumadiria, 2005, h.9)

Berdasarkan uraian diatas bahwa karikatur termasuk sebuah karya seni grafis karena dalam pembuatannya menggambar karikatur termasuk proses kreatif dari seorang ahli grafis sekaligus seorang jurnalis. Karikatur dalam media massa cetak bermaksud untuk menggambarkan suatu topik peristiwa yang sedang aktual, menyangkut kepentingan umum, dan mengemasnya dalam paduan gambar serta kata – kata yang singkat, lugas dan sederhana. “karikatur merupakan deformasi berlebihan atas wajah seseorang biasanya orang terkenal, dengan “mempercantiknya” dengan penggambaran ciri khas lahirnya untuk tujuan mengejek.” (Soburm 2003, h.138)

* + 1. **Majalah**
       1. **Pengertian Majalah**

Majalah merupakan media massa cetak yang menekankan kepada unsur artistik. Majalah menawarkan ragam bentuk informasi yang menarik dan lebih menekankan kepada tingkat kedalaman suatu informasi. “Penerbitan majalah lebih menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya.” (Sumadiria, 2005, h.4)

Majalah melakukan penerbitan secara berkala dengan menawarkan isi majalah yang berupa berita, opini dan iklan. Majalah tidak hanya mengupas kabar tentang gaya hidup, atau memberikan sisi hiburan saja. Majalah sering memberikan informasi atau sebuah peristiwa baik masalah sosial maupun politik secara mendalam dan lebih mengutamakan kekuatan desain grafis melalui gambar – gambar dan tata letaknya. “Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, selebihnya dwi mingguan, bahkan bulanan (1 x sebulan).” (Ardianto, 2004, h.120)

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa isi dari majalah, berbeda dengan isi dari surat kabar, majalah akan dapat lebih dipahami oleh pembacanya, sangat berpengaruh bagi pembentukan opini pembaca karena memiliki sisi informasi yang lebih tajam dan mendalam, selain itu ditunjang dengan gambar dan desain tata letak yang menarik, sehingga media massa cetak majalah ini tidak hanya harus benar, aktual, faktual, dan informatif saja, akan tetapi majalah harus dibuat semenarik mungkin agar pembaca tidak mudah bosan membaca isi dari sebuah majalah tersebut. “Dalam perspektif jurnalistik, setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat dan selera baca.” (Sumadiria ,2005, h.5)

Majalah tak hanya sedekar memberikan informasi semata, melainkan majalah juga memberikan hiburan dan pendidikan, sebagaimana pada fungsi media massa, namun efek tersebut kembali lagi kepada khalayak bagaimana khalayak dapat memanfaatkan informasi tersebut dengan sebaik – baiknya.

* + - 1. **Karakteristik Majalah**

Majalah termasuk kedalam media massa yaitu media massa cetak, walaupun majalah dan surat kabar merupakan media massa cetak, tetapi majalah tetap dapat dibedakan dengan surat kabar karena majalah memiliki karakteristik tersendiri, yaitu :

1. Penyajian lebih dalam

Penyajian berita dan informasinya dapat dibahas secara lebih mendalam. Analisis beritanya dapat dipercaya dan didasarkan pada buku referensi yang relevan dengan peristiwa. Kuncinya adalah, berita – berita dalam majalah disajikan lebih lengkap, karena dibubuhi latar belakang peristiwa (unsur how) dikemukakan secara kronologis.

1. Nilai Aktualitas Lebih Lama

Apabila nilai aktualitas surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualitas majalah bisa satu minggu. dengan demikian, majalah mingguan baru tuntas kita baca dalam tempo tiga atau empat hari.

1. Gambar / foto lebih banyak Jumlah halaman majalah lebih banyak, sehingga selain penyajian beritanya, 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 apabila foto tersebut sifatnya eksklusif.
2. 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 cover suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau keajegan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya. (Ardianto, 2004, h.122)

* + - 1. **Kulit Muka atau Halaman Depan (*Cover*)**

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa kata sampul majalah adalah kata “sampul” berarti pembungkus, penyalut dan sarung (dari kertas, kain, atau plastik dan sebagainya). Sebuah sampul merupakan “wajah” dari suatu produk (majalah) dari harus mampu membantu melakukan produk (majalah) tersebut laku terjual. “Cover atau sampul majalah merupakan daya tarik tersendiri. Cover adalah ibarat pakaian dan aksesorisnya.” (Ardianto, 2004, h.122)

Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sampul majalah menjadi sarana daya tarik untuk membangkitkan minatbagi pembaca, juga sebagai penarik agar majalah yang diterbitkan laku terjual. Desain sampul yang menarik artinya mempunyai materi yang tepat, subjek yang kuat serta kualitas desain yang kuat. Desain yang kuat akan dapat memberikan perhatian meskipun dilihat dari jarak yang cukup jauh.

Sampul majalah pada intinya merupakan salah satu faktor yang paling penting dan menjadi daya tarik pada suatu majalah, sebelum khalayak membaca seluruh isi yang ada pada sebuah majalah maka sampul yang menjadi halaman pertama tersebut akan dilihat oleh calon pembaca. Maka bisa saja calon pembaca membeli sebuah majalah hanya karena tertarik dengan sampul majalahnya. “Sebuah desain cover majalah bisa disebut sukses besar jika desain tersebut bisa membuat seseorang tertarik untuk membeli majalah tersebut gara – gara melihat covernya saja.” (Maki, 2005, h 17)

Keberhasilan suatu majalah hampir sepenuhnya disebabkan oleh sampul majalah yang menarik. Itu sebabnya cover atau sampul majalah memberikan daya jual yang cukup tinggi, cover majalah merupakan suatu cara agar meningkatkan tingkat penjualan, sebab sebelum calon pembaca melihat berita atau informasi pada isi suatu majalah, calon pembaca sudah dibuat tertarik untuk membaca isinya setelah melihat desain cover yang menarik.

* + 1. ***Layout* atau Tata Letak**
       1. **Pengertian *Layout* atau Tata Letak**

Tata letak merupakan awal mula penggarapan fisik suatu majalah. Tata letak adalah pengaturan penataan letak gambar dan tulisan agar terlihat menarik dan mudah dibaca oleh khalayak.

Layout dalam bahasa Indonesia memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, Layout merupakan usaha untuk menyusun, menata atau memadukan elemen – elemen atau unsur – unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dan lain – lain). Menjadikan komunikasi visual yang komunikatif dan menarik. Tujuan tata letak itu sendiri guna menampilkan gambar dan teks agar terkesan rapih, menjadi komunikatif dalam sebuah cara untuk memudahkan pembaca menerimi isi pesan yang disajikan.

“Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunkatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal – hal yang menyangkut segi perwajahan.”(Sumadiria, 2005, h.4)

Berdasarkan uraian diatas bahwa tata letak atau *layout* pada suatu majalah atau surat kabarbukan sekedar bertujuan untuk memperindah dan meningkatkan minat baca khalayak, tetapi berusaha menempatkan materi berita yang ingin disampaikan kepada pembaca sebaik mungkin, karena jika berita tersebut tidak ditempatkan dengan baik, dampaknya akan kurang berarti. Hal ini yang harus diperhatikan oleh bagian desain atau desainer visual, tata letak, atau perwajahan.

Proses pembuatan tata letak tersebut pada umumnya dilakukan oleh desainer. Tata letak merupakan suatu permulaan untuk penggarapan fisik pada suatu cover majalah. “Tata letak adalah menciptakan sesuatu dari ide – ide yang ada pada keapala kita melalui berbagai proses seperti perencanaan, pengaturan dan juga pengolahan elemen. Dalam desain grafis elemn – elemen tersebut biasanya berupa gambar, tulisan, grafis dan warna.” (Maki, 2002, h.1)

Tata letak merupakan proses perencanaan, pengaturan dan juga pengolahan elemen – elemen yang berupa gambar, tulisan, grafis dan warna. Maka dengan kata lain tata letak merupakan kreatifitas dari seorang ahli grafis yang juga seorang jurnalis untuk mengolah informasi menjadi sebuah berita yang layak dimuat. “Tata letak merupakan proses mengatur tempat dari semua isi surat kabar atau majalah supaya pembaca tertarik membaca surat kabar atau majalah tersebut dan mudah menemukan jenis berita dan jenis pendapat yang ingin dibacanya.” (Soehoed, 2002, h.5)

Tata letak merupakan proses yang paling penting pada proses produksi media massa cetak, surat kabar dan majalah memerlukan tahap tata letak sebagai proses akhir agar berita layak dimuat.

* + - 1. **Tujuan Tata Letak**

Tujuan tata letak adalah agar pembaca tertarik dengan isi majalah yang disajikan. Tidak hanya untuk meningkatkan daya tarik, tata letak juga bertujuan agar memudahkan pembaca untuk menemukan jenis berita dan jenis pendapat yang ingin dibacanya. Tujuan tata letak, yaitu, “supaya pembaca tertarik membaca surat kabar atau majalah tersebut dan mudah menemukan jenis berita dan jenis pendapat yang ingin dibacanya.”(Soehoed, 2002, h.5)

Pada tahapan kegiatan tata letak pada dasarnya digunakan untuk menciptakan suatu surat kabar atau majalah yang dapat menimbulkan minat baca bagi khalayak dan nyaman untuk dibaca. Tata letak bukan hanya sekedar kreatifitas, memperindah tampilan muka surat kabar atau majalah dengan keterampilan artistik, dan bukan hanya menampilkan foto, gambar, dan iklan semata, melainkan adanya tujuan yang lebih penting, yaitu berusaha untuk memberikan kemudahan mengartikan suatu berita yang dibuat oleh media massa cetak tersebut agar memberikan dampak yang baik bagi maksud berita yang dimuat. “Dalam perspektif jurnalistik, bahwa setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat dan selera baca(surat kabar, majalah).” (Sumadiria, 2005, h.5)

Selain itu tata letak bertujuan untuk membangkitkan minat baca agar pembaca tidak mudah bosan dengan tulisan yang dimuat pada suatu surat kabar atau majalah. “Karya jurnalistik harus benar dan dikemas dalam bahasa yang menarik. Karya ilmiah, biasanya hanya benar tetapi kurang menarik. Membaca karya jurnalistik cepat tuntas. Membaca karya ilmiah jarang tuntas karena cepat mengantuk.” (Sumadiria, 2005, h.5)

Kegiatan tata letak pada dasarnya bertujuan untuk menimbulkan minat baca khalayak, agar pembaca merasakan kenyamanan dalam membaca suatu berita atau opini yang tercetak di surat kabar atau majalah secara tersusun dan rapih, dan menimbulkan daya tarik agar pembaca tidak mudah bosan oleh tulisan suatu berita atau opini yang dimuat. Tata letak surat kabar dan majalah bukan hanya sekedar kreatifitas, bukan hanya menampilkan foto, gambar, ilustrasi dan iklan, melainkan bagaimana cara surat kabar dan majalah dapat memberikan kemudahan kepada khalayak untuk mengartikan sesuatu yang dibuat oleh media cetak.

* 1. **Kerangka Teoritis**

Penelitian ini menggunakan Teori Semiotika dan Konstruksi Realitas Sosial sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

* + 1. **Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Konstruksi sosial atas realitas dikemukakan oleh Peter L. Berger yang merupakan sosiolog dari *New School For Social Research*. New York, sementara Thomas Luckman adalah seseorang sosiolog dari *University of Frankfurt*, teori konstruksi realitas sosial sejatinya dirumuskan kedua akademis ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistemis mengenai sosiologi pengetahuan. Adapun definisi dari konstruksi realitas sosial, sebagai berikut :

Teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena yang diakui memiliki keberadaan (being)nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada hendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifisik.(Berger & Luckmann, 2013, h.1)

Berger dan Luckmann menekankan beberapa asumsi dasar Teori Konstruksi Realitas, diantaranya :

1. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial disekelilingnya.
2. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu sendiri, bersifat berkembang dan dilembagakan.
3. Kehidupan bermasyarakat dikonstruksi secara terus menerus.
4. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (being) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas – realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik.(Basari, 2013, h.1)

Sosiologi pengetahuan yang dikembangkan Berger dan Luckman, mendasar pengetahuan dalam dunia kehidupan sehari – hari masyarakat sebagai kenyataan. “Dunia kehidupan sehari – hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Maka dari itu apa yang menurut manusia nyata ditemukan dalam dunia kehidupan sehari – hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya.” (Basari, 2013, h.23-28)

* + 1. **Semiotika**
       1. **Pengertian Semiotika**

Semiotika merupakan ilmu untuk mengkaji tanda. Tanda merupakan perangkat untuk menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Semiotika adalah cabang ilmu dari filsafat yang mempelajari “tanda”. Tanda adalah segala sesuatu yang dapat mewakili sesuatu atau sesuatu yang dapat dimaknai sebagai penggantian untuk suatu lainnya. Semiotika yaitu teori analisis berbagai tanda dan pemaknaan, secara umum semiotika didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda – tanda dan simbol – simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotika meliputi tanda – tanda visual dan verbal, atau semua tanda dan sinyal yang bisa diakses dan diterima oleh seluruh indera yang kita miliki, ketika tanda – tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertuls disetiap kegiatan dan perilaku manusia.

Gambar ilustrasi atau gambar karikatur dalam suatu majalah merupakan sebuah tanda yang sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan. Dari tanda, manusia memulai segala sesuatunya. Hal inilah yang menjadi alasan ilmu semiotika mengkaji tanda visual, karena begitu banyak efek yang ditimbulkan pada suatu gambar, membuat ilmu semiotika sebagai ilmu tanda berusaha mengkaji tentang tanda – tanda visual.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda – tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jala didunia, ditengah – tengah manusia dan bersama – sama manusia. Semiotika atau dalam istilah barthes, semologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal – hal (things), memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek – objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem struktur dari tanda. (Sobur, 2006, h.53)

Pada dasarnya, semiotika merupakan suatu ilmu tentang tanda. Bagaimana menafsirkan suatu kesatuan arti atau makna baru dari tanda yang digunakan. Semiotika merupakan suatu metode analisis isi media atau suatu teks. Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda – tanda dan bagaimana kerjanya.

Tanda terdapat dimana – mana dalam kehidupan sehari – hari. “Kata” adalah tanda, demikian pula gambar, foto, lampu lalu lintas, gerak tubuh dan lainnya dapat menjadi sebuah tanda. Dalam kehidupan sehari – hari tanpa disadari kita telah mempraktekan semiotika dalam berkomunikasi, misalnya pada saat berkendara, kita melihat sebuah rambu lalu lintas yang tertulis dengan huruf S dicoret, berarti kita tidak boleh berhenti di area yang terdapat sebuah rambu tersebut. Hal lain saat kita berkendara pada persimpangan terdapat lampu lalu lintas yang menyala warna merah secara spontan kita akan menghentikan kendaraan kita. Pada saat itulah kita telah melaukan proses pemaknaan terhadap tanda.

Ketika semua komunikasi merupakan suatu tanda , maka dalam kehidupan manusia dipenuhi dengan tanda. Ketika melukukan komunikasi kita membentuk suatu tanda dan memaknai tanda. Dalam perspektif semiotika atau semiologi, pada akhirnya komunikasi akan menjadi suatu ilmu untuk mengungkapkan pemaknaan dari tanda yang diciptakan oleh proses komunikasi. “Semiotik menganggap bahwa fenomena sosial dan kebudayaan merupakan tanda – tanda, atau ingin mempelajari sistem, aturan dan konvensi yang memungkinkan tanda – tanda tersebut memiliki suatu arti tertentu.” (Ruslan, 2006, h.225).“Tujuan analisis semiotika tersebut adalah menemukan makna tanda – tanda dan termasuk hal – hal yang tersembunyi di balik sebuah teks tertentu, seperti pesan – pesan teks atau tokoh iklan, narasi film, dan berita.” (Ruslan, 2006, h.225)

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti menggunakan pendekatan analisis semiotika untuk menemukan makna tanda yang tersembuyi pada berita tentang revisi Undang – Undang KPK melalui sebuah gambar karikatur Jokowi Pinokio pada cover majalah Tempo edisi “Janji Tinggal Janji” 16 – 22 September 2019.

* + - 1. **Semiotika Roland Barthes**

Kombinasi antara gambar dan teks pada suatu cover majalah Tempo memunculkan banyak tanda yang memiliki tanda – tanda tertentu. Untuk meneliti arti dibalik setiap tanda dalam sebuah gambar, maka peneliti menggunakan analisis semiotika dalam penelitian ini.

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang suatu tanda (sign). Dalam ilmu komunikasi “tanda” merupakan sebuah interaksi makna yang disampaikan kepada orang lain melalui tanda – tanda. Dalam berkomunikasi tidak hanya dengan bahasa lisan saja namun melalui sebuah tanda tersebut juga dapat berkomunikasi.

Teori semiotika yang digunakan oleh peneliti adalah teori dari Roland Barthes (1915-1980). Dalam teorinya Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tingkat pertandaan pertama yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung dan pasti, dalam pengertian umum denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya sedangkan konotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang ada di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti.

Konotasi, dalam kerangka Barthes 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 tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda dan tanda, namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau, dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua. “Memaknai berarti bahwa objek – objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek – objek itu hedak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.” (Sobur, 2003, h.15)

Tanda – tanda itu hanya mengemban arti (significant) dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang menghubungkan tanda dengan apa ditandakan (signifie) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan.

Secara umum, tanda dapat dipergunakan untuk menyatakan kebenaran dan kebohongan, tanda – tanda yang berisi kebohongan itu relatif tidak merugikan, namun dalam beberapa kasus boleh jadi sangat membahayakan orang lain.

**Gambar 2.1. Peta Tanda Roland Barthes**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Signifier (Penanda) | 1. Signified (Petanda) |
| 1. Denotative Sign (Tanda Denotatif) | |
| 1. CONNOTATIVE SIGNIFIER   ( PENANDA KONOTATIF) | | 1. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF) |
| 1. CONNOTATOVE SIGN (TANDA KONOTATIF) | | |

Sumber : Sobur, Semiotika Komunikasi 2003

Dari peta tanda Barthes diatas tersirat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah tanda penanda konotatif (4) juga. Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika mengenal tanda “singa”. Barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin.

Jadi dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaanya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiology Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Gambar ilustrasi atau gambar karikatur pada suatu cover majalah merupakan suatu tanda yang menghasilkan makna. Maka dari itu gambar ilustrasi atau gambar karikatur Jokowi Pinokio cocok bila diteliti menggunakan teori semiotika karena gambar karikatur Jokowi Pinokio menyimpan berbagai makna yang terbentuk berdasarkan peristiwa dan mitos yang terbangun di dalam masyarakat. Peneliti menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang melihat tanda dari denotasi, konotasi dan mitos. Dalam hal ini berarti peneliti melihat tanda dari cover majalah Tempo Edisi Janji Tinggal Janji berdasarkan denotasi, kontasi dan mitos dari sebuah tanda yang berupa gambar karikatur.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Sobur mendefinisikan bahwa semiotika sebagai suatu metode analisis untuk mengkaji tanda – tanda. Pada penelitian ini, peneliti meneliti sebuah cover majalah Tempo edisi Janji Tinggal Janji. Cover majalah tersebut merupakan sebuah tanda yang berupa gambar karikatur Presiden Joko Widodo. Maka dari itu peneliti merasa bahwa analisis Semiotika Roland Barthes sesuai dengan penelitian ini.

Teori yang digunakan pada penelitian ini juga peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial dan analisis semiotika Roland Barthes. Konstruksi realitas sosial yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann. Konstruksi realitas sosial diartikan sebagai sebuah proses yang dilakukan melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau kelompok individu menciptakan secara berkesinambungan sebuah realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Konstruksi realitas sosial memiliki beberapa prinsip dasar, yaitu realitas dibentuk secara sosial, realitas diungkapkan melalui bahasa, pengetahuan diperoleh melalui proses – proses sosial, dan mekenakan pada refleksi manusia. Begitu pula dengan semiotika, semiotika merupakan sebuah ilmu atau metode yang mempelajari tentang tanda (sign). Dalam kehidupan sehari – hari, manusia selalu membentuk tanda untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada yang lainnya, tanda tersebut dibentuk secara sosial, sebuah pengetahuan yang diproses melalui proses – proses sosial yang membentuk sebuah tanda pada kehidupan sehari – hari dalam melakukan praktek komunikasi. Tanda dibentuk secara sosial, tanda dibentuk karena adanya suatu realitas, atau karena adanya suatu pengetahuan yang diperoleh melalui proses – proses sosial, peristiwa, kejadian dalam suatu kehidupan manusia. Sehingga komunikasi pun berawal dari sebuah tanda, karena didalam sebuah tanda mengandung makna dan pesan. Dengan adanya tanda maka akan mempermudah jalannya praktek komunikasi, atau akan mempermudah untuk menyampaikan dan menerima pesan. Dalam kehidupan manusia terdapat banyak tanda yang telah terbentuk. Seperti suatu media massa cetak yang selalu melihat peristiwa yang terjadi pada suatu saat dan kemudian dikomunikasikan kepada khalayak dalam sebuah bentuk tanda yaitu gambar baik gambar opini maupun gambar fakta sebuah peristiwa, dengan adanya tanda tersebut, suatu media massa cetak mampu mempermudah khalayak untuk menerima sebuah pesan.

Metode atau ilmu yang mempelajari tanda banyak dikemukakan oleh tokoh – tokoh, salah satunya ialah Roland Barthes, yang dikenal sebagai pemikir strukturalis yang getol mempraktikan model – model linguistik dan semiologi sausurean. Pada penelitian ini teori yang dikemukakan oleh Roland Barthes ini menjadi pisau bedah untuk mempermudah penelitian ini.

Seperti pada apa yang telah dibahas, maka peneliti menganggap bahwa kedua teori ini, yaitu teori konstruksi realitas sosial Peter L Berger dan analisis semiotika Roland Barthes cocok untuk digunakan pada penelitian ini.

**Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran**

Analisis Semiotika Gambar Ilustrasi *Jokowi Pinokio* Pada Cover Majalah *TEMPO* “*Janji Tinggal Janji*” Edisi 16 - 22 September 2019

TEORI KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL

(Peter L. Berger & Thomas Lukmann)

SEMIOTIKA

(Roland Barthes)

DENOTASI

KONOTASI

MITOS

**Sumber : Hasil Olahan Peneliti dan Pembimbing 2020**

# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.1 Kajian Pustaka

## 2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis adalah sebuah kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain dan berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti penulis. Adanya review penelitian sejenis guna agar tidak terjadi pengulangan dan duplikasi penelitian pada objek yang serupa. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai referensi untuk melakukan penelitian:

1. Penelitian dilakukan oleh Muhammad Dhani Winharso dari jurusan ilmu komunikasi FISIP Universitas Pasundan, angkatan 2013, yang berjudul **“Analisis Semiotika Pada Cover Majalah Tempo Edisi “Investigasi Tamasya Napi Sukamiskin”**, yang tertuang dalam bentuk skripsi. Penulis menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Charles Sanders Peirce untuk menunjang penelitiannya. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menelaah bagaimana makna pada cover majalah Tempo. Cover majalah ini menampilkan tanda - tanda pada sebuah gambar yaitu pemberian efek merah sebagai latar belakang cover memberikan pesan bahwa pada edisi ini merupakan edisi khusus membahas mengenai Investigasi Tamasya Napi yang terjadi di Lembaga Pemasyarakatan (LP) Sukamiskin Bandung pada 2016 lalu objeknya adalah desain bangunan LP Sukamiskin berwarna hitam, serta seseorang dengan menggunakan peralatan traveling lengkap berwarna hitam dan berjalan di antara anak tangga, perpaduan antara warna merah, hitam menuju warna putih yang tergambar pada cover majalah tersebut menunjukan kebiasaan Napi di lingkar hitam jeruji besi. Dari skripsi yang dibuatnya dapat diambil kesimpulan, bahwa makna dari cover Tempo ini adalah tanda dan objek tersebut dihubungkan dan menimbulkan interpretant yaitu penjara tak membuat para napi yang mendekam di LP Sukamiskin kehilangan kebebasan. Mereka tetap bisa pelesiran, bersantai di rumah kontrakan, apartemen, rumah sakit dan pulang kampung. Jejak persengkongkolan antara Napi, Sipir dan pejabat LP membuat berbagai aturan dilanggar. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, karena dalam penelitian terdahulu tersebut menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif, selain itu bertujuan untuk mengetahui dan menelaah makna pada sebuah cover majalah dengan menggunakan pendekatan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika.
2. Penelitian dilakukan oleh Suci Rahmadiah Pertiwi dari jurusan ilmu komunikasi FISIP Universitas Pasundan, angkatan 2011, yang berjudul **“Analisis Semiotika KPK Adalah Kita Pada Cover Majalah Tempo”**, yang tertuang dalam bentuk skripsi. Penulis menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Charles Sanders Peirce untuk menunjang penelitiannya. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menelaah bagaimana makna pada cover majalah Tempo. Cover majalah ini menampilkan tanda pada gambar tersebut yaitu sekelompok hewan berwarna hitam yang memiliki ciri – ciri hewan berbahaya, dan objeknya adalah cicak yang berwarna merah dengan ciri hewan yang tidak berbahaya. Dari skripsi yang dibuatnya dapat diambil kesimpulan, bahwa tanda dan objek tersebut dihubungkan akan menimbulkan interpretan, yaitu sekelompok hewan berukuran besar yang akan melakukan penyerangan pada hewan kecil, dan berupaya menyudutkan cicak. Atas situasi tersebut, majalah Tempo menggambarkan KPK Adalah Kita, yaitu rakyat yang berada di pihak KPK. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, karena dalam penelitian terdahulu tersebut menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif, selain itu bertujuan untuk mengetahui dan menelaah makna pada sebuah cover majalah dengan menggunakan pendekatan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika.
3. Penelitian dilakukan oleh Riki Froto Zulius dari jurusan ilmu komunikasi FISIP Universitas Pasundan, angkatan 2012, yang berjudul **“Analisis Semiotika Cover Album Crimson Eyes Sigmun Band”**, yang tertuang dalam bentuk skripsi. Penulis menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Roland Barthes untuk menunjang penelitiannya. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penanda, petanda dan mitos pada cover album “Crimson Eyes”. Cover album ini menampilkan enam macam simbol yang mengandung makna. Terdiri dari makna denotasi, konotasi dan mitos untuk patung, padang pasir dengan danau, langit dan juga warna merah, coklat dan biru. Makna denotasi yang terdapat dalam cover ini dilihat dari patung dengan gestur tegap yang berwarna merah. Patung ini merupakan simbol dari cover album Crimson Eyes dan dirasa dapat mewakili isi dari album tersebut. Padang pasir pada album ini disesuaikan denga nisi album Crimson Eyes yang akan membawa pendengarnya ke dalam nuansa surealis di tengah gurun Mesir. Dan dilihat dari lembayung menandakan waktu sore menuju malam. Lalu makna konotasi yang terdapat dalam cover album Crimson Eyes dilihat dari patung, menandakan akan sebuah proses cahaya membentuk manusia untuk mencapai kesempurnaan menjadi manusia yang sesungguhnya. Pada pasir dan danau yang berwarna coklat menandakan sebuah proses enuju kesempurnaan itu tidak selalu berjalan dengan mulus. Dan danau ditengah padang pasir seperti fatamorgana, bagai menemukan mata air ditengah padang pasir, sebuah album penuh yang melepas dahaga pun muncul. Kemudian mitos, menandakan sebuah cahaya yang sedikit demi sedikit berubah menjadi manusia sempurna. Dimana cahaya mistis tanda perubahan atau kejadian. Kepercayaan masyarakat terhadap mitos dan fenomena akan adanya suatu pertanda membuat suatu keyakinan baru. Semua gambar cover album Crimson Eyes ini melambangkan kekelaman. Tetapi pada penelitian cover album ini disimpulkan bahwa kekelaman tidak selalu identik dengan kegelapan, tetapi muncul hal yang baru seperti kesucian. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, karena dalam penelitian terdahulu tersebut menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif, selain itu bertujuan untuk mengetahui penanda, petanda dan mitos pada sebuah cover dengan menggunakan pendekatan teori Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Roland Barthes

**Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Judul  / Penulis | Analisis Semiotika Pada Cover Majalah Tempo Edisi “Investigasi Tamasya Napi Sukamiskin **/** Muhammad Dhani Winharso | Analisis Semiotika KPK Adalah Kita Pada Cover Majalah Tempo **/** Suci Rahmadiah Pertiwi | Analisis Semiotika Cover Album Crimson Eyes Sigmun Band **/** Riki Froto Zulius |
| Teori | Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Charles Sanders Peirce | Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Charles Sanders Peirce | Konstruksi Realitas Sosial dan Semiotika Roland Barthes |
| Hasil | Tanda dan objek menimbulkan interpretant yaitu penjara tak membuat para napi yang mendekam di LP Sukamiskin kehilangan kebebasan. Mereka tetap bisa pelesiran, bersantai di rumah kontrakan, apartemen, rumah sakit dan pulang kampung. Jejak persengkongkolan antara Napi, Sipir dan pejabat LP membuat berbagai aturan dilanggar. | Tanda dan objek tersebut menimbulkan interpretan, yaitu sekelompok hewan berukuran besar yang akan melakukan penyerangan pada hewan kecil, dan berupaya menyudutkan cicak. Atas situasi tersebut, majalah Tempo menggambarkan KPK Adalah Kita, yaitu rakyat yang berada di pihak KPK. | Pada cover album Crimson Eyes Sigmun Band ini memiliki enam macam simbol yang mengandung makna. Terdiri dari denotasi, konotasi dan mitos untuk patung, padang pasir dengan danau, langit dan juga warna merah, coklat. |
| Perbedaan | Peneliti sebelumnya meneliti cover majalah Tempo edisi Investigasi Tamasya Napi Sukamiskin dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang cover majalah Tempo Edisi Janji Tinggal Janji dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. | Peneliti sebelumnya meneliti cover majalah Tempo edisi KPK Adalah Kita dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu meneliti tentang cover majalah Tempo Edisi Janji Tinggal Janji dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. | Peneliti Sebelumnya meneliti cover album Crimson Eyes. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti tentang cover majalah Tempo Edisi Janji Tinggal Janji |

* 1. **Kerangka Konseptual**
     1. **Komunikasi Massa**
        1. **Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi Massa berasal dari kata *media of mass communication* ( media komunikasi massa). “Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik)” (Nurudin, 2007, h.4)

Komunikasi massa memiliki jangkauan yang sangat luas dalam menyebarluaskan informasi. “Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat”.(Ardianto, 2004, h.6)

Komunikasi massa terbagi menjadi dua, yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. “Komunikasi massa barangkali lebih akan mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio, siaran, surat kabar, majalah, dan film” (Ardianto, 2004, h.6)

Berdasarkan beberapa definisi komunikasi massa tersebut maka dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi menggunakan media massa sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang tersebar, anonim dan heterogen. Media massa dalam komunikasi massa terbagi menjadi media massa cetak yakni surat kabar, dan majalah, media massa elektronik yakni televisi, radio, dan film.

* + - 1. **Ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki ciri – ciri tersendiri untuk membedakan dengan komunikasi yang lainnya. Berikut merupakan beberapa ciri – ciri komunikasi massa yaitu :

1. Komunikator Terlembagakan, komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
2. Pesan bersifat umum, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya pesan komunikasi massa bersifat umum.
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.
4. Media massa menimbulkan keserempakan, jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.
6. Komunikasi massa besifat satu arah, komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.
7. Stimulasi alat indra terbatas, dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.
8. Umpan balik tertunda (Delayed) dan tidak langsung (Indirect), komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bgaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.(Ardianto, 2004, h.7)

Dari ciri diatas, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi massa bersifat satu arah, hal tersebut karena khalayak yang anonim dan heterogen, stimulasi alat indra terbatas hanya menggunakan indra penglihatan untuk media massa cetak, indra pendengaran untuk media massa auditif, indra penglihatan dan pendengaran bagi media massa elektronik televisi dan film. Berdasarkan hal tersebut maka komunikasi massa bersifat satu arah dan memungkinkan adanya timbal balik yang tertunda. Ciri tersebut dapat membedakan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya.

* + - 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki peran yang penting bagi masyarakat, baik bagi faktor sosial, pendidikan, maupun pembentukan karakter masyarakat. Selain itu komunikasi massa sangat berperan penting bagi pengembangan pengetahuan pada masyarakat.

Berikut merupakan fungsi komunikasi massa secara umum diantaranya :

1. Fungsi Informasi
2. Fungsi Pendidikan
3. Fungsi Memengaruhi (Ardianto, 2004, h.18)

Selain itu terdapat juga 12 fungsi komunikasi massa, diantaranya :

1. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai – nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi.
2. Mengajarkan penampilan baru.
3. Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan.
4. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang.
5. Meningkatkan aspirasi seseorang.
6. Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal – hal menyangkut orang banyak.
7. Membantu orang menemukan nilai baru dan keharmonisan dari situasi tertentu.
8. Mempertinggi rasa kebangsaan.
9. Meningkatkan aktivitas politik seseorang.
10. Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat
11. Menjadi sarana untuk membantu pelaksanaan program – program pembangunan.
12. Mendukung pembangunan ekonomi, sosial, dan politik suatu bangsa (Cangara, 2012, h.63)

Maka dari itu peran komunikasi massa atau peran media massa sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Segala sesuatu yang merupakan produk dari media massa sangatlah berpengaruh bagi masyarakat dan bangsanya. Sehingga media massa harus menjalankan fungsi – fungsi komunikasi massa dengan semestinya guna membawa pengaruh yang lebih baik bagi kehidupan masyarakat.

* + - 1. **Efek Komunikasi Massa**

Komunikasi massa pastinya menyampaikan pesan yang akan memberikan efek kepada khalayak atau masyarakat tentang suatu peristiwa yang disampaikan. Efek dari pesan dalam komunikasi massa, diantaranya:

1. Efek Kognitif, yaitu efek yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.
2. Efek Afektif, berpengaruh lebih tinggi dari efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan lain sebagainya.
3. Efek Behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku tindakan atau kegiatan ( Ardianto, 2004, h.52)

Ketiga efek tesebut akan diterima oleh khalayak yang terkena terpaan informasi yang disampaikan oleh media massa, baik media cetak maupun media elektronik.

* + 1. **Jurnalistik** 
       1. **Pengertian Jurnalistik**

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ.* Dalam Bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Dalam kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah dan lainnya. “Jurnalistik adalah seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari – hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya” (Sumadiria, 2005, h.3)

Selain itu, “jurnalistik adalah suatu pengelolaan pelaporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebaran kepada masyarakat” (Sumadiria, 2005, h.151)

Jurnalistik merupakan suatu kegiatan mencari dan menyebarluaskan inforrmasi kepada khalayak. “Jurnalistik adalah mencari dan mengolah, menulis dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis)” (Romli, 2004, h.14)

Semua definisi jurnalistik memasukan unsur media massa, penulisan berita dan waktu tertentu (aktualitas). Dalam hal ini jurnalistik juga merupakan suatu tindakan diseminasi informasi, opini dan hiburan untuk publik yang sistematik dan dapat dipercaya kebenarannya melalui media komunikasi atau laporan tentang kejadian-kejadian yang mucul pada saat laporan ditulis dengan berbagai tahapan hingga sampai ke khalayak. Seperti menurut Sumadiria, “secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.” (Sumadiria, 2005, h.3)

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa jurnalistiik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari - hari secara berkala dengan menggunakan sarana – sarana penerbitan yang ada, yaitu media massa cetak majalah dan surat kabar, dan media massa elektronik televisi dan radio.

* + - 1. **Bentuk Jurnalistik**

Jurnalistik berhubungan erat dengan media massa. Kegiatan jurnalistik pada umumnya menggunakan saluran media massa.

Jurnalistik dibagi ke dalam tiga bagian besar : Jurnalistik media cetak (newspaper and magazine journalism), jurnalistik media elektronik auditif (radio broadcast journalism), jurnalistik media audiovisual (television journalism). Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian,jurnalistik kabar mingguan, dan jurnalistik majalah. Jurnalistik media elektronik auditif adalah jurnalistik radio siaran. Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi. (Sumadiria, 2005, h 4)

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing – masing. Dengan menggunakan media massa yang beragam, tentunya masing – masing media massa memiliki kekhasannya masing – masing yang membuat satu sama lain memiliki perbedaan. Ciri dan kekhasannya itu antara lain :

Ciri – dan kekhasannya itu antara lain terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengelolaan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa. Sebagai contoh. Filosofi surat kabar harian menekankan pada segi keunggulan dan kecepatan dalam perolehan dan penyebaran informasi, sedangkan filosofi penerbitan majalah berita mingguan lebih banyak menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya. (Sumadiria, 2005, h.4)

Sementara itu bentuk jurnalistik masing – masing memiliki kelebihan dan kekurangan yang ada pada setiap bentuknya. Artinya ketiga bentuk jurnalistik memiliki perbedaan. Adapun perbedaan - perbedaan antara ketiga bentuk jurnalistik, sebagai berikut :

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnaistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraph yang efektidf dan komunikatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal – hal yang menyangkut segi perwajahan.

1. Jurnalistik Media Elektronik AuditifJurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik radio siaran, lebih banyak dipengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal. Verbal, berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat, dan paragraph secara efektif dan komunikatif. Teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan
2. Jurnalistik Media Elektronik AudiovisualMerupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Verbal, berhubungan dengan kata – kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, hidup dan memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televise penerima di rumah – rumah. Dramatikal, berarti bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yag dihasilkan secara simultan.(Sumadiria, 2005, h.4-5)

Berdasarkan uraian diatas maka bentuk – bentuk jurnalistik baik itu media massa cetak, media massa elektronik auditif dan media massa elektronik audiovisual sama sama memiliki kelebihan dan kekurangan bagi khalayak, pesan melalui media massa cetak seperti majalah dan surat kabar hanya didapatkan dengan menggunakan indra penglihatan namun dapat dibaca berulang - ulang, pesan melalui media massa elektronik auditif seperti radio hanya didapatkan dengan indra pendengaran, tetapi radio menyajikan pesan – pesan secara komunikatif tidak membuat pendengar atau khalayak cepat bosan, sedangkan pesan melalui media massa elekktronik televisi bisa didapatkan dengan indra penglihatan dan pendengaran namun pesan yang diterima serentak, artinya pesan tidak dapat diulang secara berkala.

* + - 1. **Produk Jurnalistik**

Produk jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau berkala lainnya seperti radio, televisi dan media online internet. Namun tidak setiap surat kabar, tabloid, majalah, bulletin disebut produk jurnalistik.

Surat kabar, tabloid, majalah, dan buletin dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok besar : (1) berita (*news*), (2) opini *(views*), (3) iklan (*advertisin*g). Dari tiga kelompok itu hanya berita *(news*) dan opini (*views*) saja yang disebut produk jurnalistik. Iklan bukanlah produk jurnalistik, walaupun teknik yang digunakanya merujuk pada teknik jurnalistik. (Sumadiria, 2005, h.6)

Berita dan opini yang ada pada isi surat kabar, majalah, radio, dan televisi merupakan produk jurnalistik. Walaupun iklan hampir selalu ditemukan di setiap media massa baik cetak maupun elektronik, tetapi bukan berarti bahwa iklan merupakan sebuah produk jurnalistik. Berikut merupakan pengelompokkan jenis – jenis berita sebagai berikut : “Kelompok berita (*news*), meliputi antara lain berita langsung (*straight news*), berita menyeluruh (*comprehensive news*), berita mendalam (*depth news*), pelaporan mendalam (*depth reporting*), berita penyelidikan *(investigative news*), berita khas bercerita (*feature news*), berita gambar (*photo news*).” (Sumadiria, 2005, h.6)

Berikutnya jenis – jenis opinidikelompokkan sebagai berikut :“Kelompok opini (views), meliputi tajuk rencana, karikatur, pojok, artikel, kolom, esai, dan surat pembaca.” (Sumadiria, 2005, h.6)

Produk jurnalistik yang ada pada media massa cetak maupun media massa elektronik adalah berita dan opini, berita dan opini menjadi sarana bagi masyarakat untuk memperoleh informasi tentang perkembangan permasalahan yang ada pada suatu bangsa.

* + 1. **Gambar Ilustrasi**

Gambar ilustrasi adalah bentuk visual dari kalimat ataupun teks. Ilustrasi bertujuan untuk memperjelas teks ataupun kalimat. “gambar iilustrasi adalah penggambaran suatu elemen rupa guna menjelaskan, menerangkan, dan memperindah sebuah teks, agar pembaca dapat merasakan secara langsung melalui mata sendiri, sifat, dan kesan yang ada dalam cerita yang disajikan. (Rohidi, 1984, h.87). Gambar ilustrasi berfungsi untuk menarik para pembaca agar tertarik untuk membaca.

* + 1. **Karikatur** 
       1. **Karikatur Sebagai Produk Jurnalistik**

Karikatur merupakan suatu gambar dari yang dilebih – lebihkan biasanya karikatur dibuat dalm bentuk gambar seseorang atau tokoh yang diberikan kesan humor atau dapat juga dimasukkan ke dalam opini pada suatu kegiatan jurnalistik.

Secara teknis jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dan muatan kritik sosial dengan memasukkan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapa pun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri. (Sumadiria, 2005, h.9)

Karikatur menjadi sarana opini bagi media massa cetak untuk mewakili aspirasi masyarakat.

* + - 1. **Pengertian Karikatur**

Karikatur merupakan olahan desain grafis yang sering ditampilkan dalam media massa cetak atau media Pers. Secara etimologis karikatur berasal dari bahasa Italia, *caricare*, artinya melebih – lebihkan. Kata *caricare* itu sendiri dipengaruhi oleh kata *carrattere*, juga bahasa Italia, yang berarti karakter dan kata cara bahasa Spanyol yang berarti *wajah*.

Definisi dari karikatur, yakni “karikatur dari asal *caricare* adalah foto atau potret seseorang seperti misalnya, mata, hidung, mulut, gigi, dan lain – lain yang diolah berlebihan. Deformasi ini dapat berarti penghinaan atau penghormatan.” (Sobur, 2003, h.139)

Selain itu, terdapat definisi karikatur yang lainnya sebagai berikut: “karikatur merupakan representasi sikap atau karakter seseorang dengan cara melebih – lebihkan sehingga melahirkan kelucuan, karikatur juga sering dipakai sebagai sarana kritik sosial dan politik.” (Sumadiria, 2005, h.8)

Karikatur tidak hanya merujuk pada gambar wajah seseorang yang dilebih – lebihkan, karikatur juga mencakup semua peristiwa yang terjadi, diliput, dan menjadi sorotan pers. Karikatur bahkan termasuk karya seni grafis.

Karikatur adalah termasuk seni grafis, yaitu suatu cabang dari bentuk seni lukis. Dalam penyajiannya dituntut pula akan selera indah sebagaimana hasil seni. Ini penting, karena ide yang bagaimanapun kuatnya akan berkurang nilainya apabila tidak didukung oleh kualitas gambar yang baik. Sebagaimana seni lukis, dalam karikatur juga dituntut selera komposisi untuk membuat gambar yang enak dipandang. (Sumadiria, 2005, h.9)

Berdasarkan uraian diatas bahwa karikatur termasuk sebuah karya seni grafis karena dalam pembuatannya menggambar karikatur termasuk proses kreatif dari seorang ahli grafis sekaligus seorang jurnalis. Karikatur dalam media massa cetak bermaksud untuk menggambarkan suatu topik peristiwa yang sedang aktual, menyangkut kepentingan umum, dan mengemasnya dalam paduan gambar serta kata – kata yang singkat, lugas dan sederhana. “karikatur merupakan deformasi berlebihan atas wajah seseorang biasanya orang terkenal, dengan “mempercantiknya” dengan penggambaran ciri khas lahirnya untuk tujuan mengejek.” (Soburm 2003, h.138)

* + 1. **Majalah**
       1. **Pengertian Majalah**

Majalah merupakan media massa cetak yang menekankan kepada unsur artistik. Majalah menawarkan ragam bentuk informasi yang menarik dan lebih menekankan kepada tingkat kedalaman suatu informasi. “Penerbitan majalah lebih menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya.” (Sumadiria, 2005, h.4)

Majalah melakukan penerbitan secara berkala dengan menawarkan isi majalah yang berupa berita, opini dan iklan. Majalah tidak hanya mengupas kabar tentang gaya hidup, atau memberikan sisi hiburan saja. Majalah sering memberikan informasi atau sebuah peristiwa baik masalah sosial maupun politik secara mendalam dan lebih mengutamakan kekuatan desain grafis melalui gambar – gambar dan tata letaknya. “Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, selebihnya dwi mingguan, bahkan bulanan (1 x sebulan).” (Ardianto, 2004, h.120)

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa isi dari majalah, berbeda dengan isi dari surat kabar, majalah akan dapat lebih dipahami oleh pembacanya, sangat berpengaruh bagi pembentukan opini pembaca karena memiliki sisi informasi yang lebih tajam dan mendalam, selain itu ditunjang dengan gambar dan desain tata letak yang menarik, sehingga media massa cetak majalah ini tidak hanya harus benar, aktual, faktual, dan informatif saja, akan tetapi majalah harus dibuat semenarik mungkin agar pembaca tidak mudah bosan membaca isi dari sebuah majalah tersebut. “Dalam perspektif jurnalistik, setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat dan selera baca.” (Sumadiria ,2005, h.5)

Majalah tak hanya sedekar memberikan informasi semata, melainkan majalah juga memberikan hiburan dan pendidikan, sebagaimana pada fungsi media massa, namun efek tersebut kembali lagi kepada khalayak bagaimana khalayak dapat memanfaatkan informasi tersebut dengan sebaik – baiknya.

* + - 1. **Karakteristik Majalah**

Majalah termasuk kedalam media massa yaitu media massa cetak, walaupun majalah dan surat kabar merupakan media massa cetak, tetapi majalah tetap dapat dibedakan dengan surat kabar karena majalah memiliki karakteristik tersendiri, yaitu :

1. Penyajian lebih dalam

Penyajian berita dan informasinya dapat dibahas secara lebih mendalam. Analisis beritanya dapat dipercaya dan didasarkan pada buku referensi yang relevan dengan peristiwa. Kuncinya adalah, berita – berita dalam majalah disajikan lebih lengkap, karena dibubuhi latar belakang peristiwa (unsur how) dikemukakan secara kronologis.

1. Nilai Aktualitas Lebih Lama

Apabila nilai aktualitas surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualitas majalah bisa satu minggu. dengan demikian, majalah mingguan baru tuntas kita baca dalam tempo tiga atau empat hari.

1. Gambar / foto lebih banyak Jumlah halaman majalah lebih banyak, sehingga selain penyajian beritanya, 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 apabila foto tersebut sifatnya eksklusif.
2. 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 cover suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau keajegan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya. (Ardianto, 2004, h.122)

* + - 1. **Kulit Muka atau Halaman Depan (*Cover*)**

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa kata sampul majalah adalah kata “sampul” berarti pembungkus, penyalut dan sarung (dari kertas, kain, atau plastik dan sebagainya). Sebuah sampul merupakan “wajah” dari suatu produk (majalah) dari harus mampu membantu melakukan produk (majalah) tersebut laku terjual. “Cover atau sampul majalah merupakan daya tarik tersendiri. Cover adalah ibarat pakaian dan aksesorisnya.” (Ardianto, 2004, h.122)

Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sampul majalah menjadi sarana daya tarik untuk membangkitkan minatbagi pembaca, juga sebagai penarik agar majalah yang diterbitkan laku terjual. Desain sampul yang menarik artinya mempunyai materi yang tepat, subjek yang kuat serta kualitas desain yang kuat. Desain yang kuat akan dapat memberikan perhatian meskipun dilihat dari jarak yang cukup jauh.

Sampul majalah pada intinya merupakan salah satu faktor yang paling penting dan menjadi daya tarik pada suatu majalah, sebelum khalayak membaca seluruh isi yang ada pada sebuah majalah maka sampul yang menjadi halaman pertama tersebut akan dilihat oleh calon pembaca. Maka bisa saja calon pembaca membeli sebuah majalah hanya karena tertarik dengan sampul majalahnya. “Sebuah desain cover majalah bisa disebut sukses besar jika desain tersebut bisa membuat seseorang tertarik untuk membeli majalah tersebut gara – gara melihat covernya saja.” (Maki, 2005, h 17)

Keberhasilan suatu majalah hampir sepenuhnya disebabkan oleh sampul majalah yang menarik. Itu sebabnya cover atau sampul majalah memberikan daya jual yang cukup tinggi, cover majalah merupakan suatu cara agar meningkatkan tingkat penjualan, sebab sebelum calon pembaca melihat berita atau informasi pada isi suatu majalah, calon pembaca sudah dibuat tertarik untuk membaca isinya setelah melihat desain cover yang menarik.

* + 1. ***Layout* atau Tata Letak**
       1. **Pengertian *Layout* atau Tata Letak**

Tata letak merupakan awal mula penggarapan fisik suatu majalah. Tata letak adalah pengaturan penataan letak gambar dan tulisan agar terlihat menarik dan mudah dibaca oleh khalayak.

Layout dalam bahasa Indonesia memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, Layout merupakan usaha untuk menyusun, menata atau memadukan elemen – elemen atau unsur – unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dan lain – lain). Menjadikan komunikasi visual yang komunikatif dan menarik. Tujuan tata letak itu sendiri guna menampilkan gambar dan teks agar terkesan rapih, menjadi komunikatif dalam sebuah cara untuk memudahkan pembaca menerimi isi pesan yang disajikan.

“Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunkatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal – hal yang menyangkut segi perwajahan.”(Sumadiria, 2005, h.4)

Berdasarkan uraian diatas bahwa tata letak atau *layout* pada suatu majalah atau surat kabarbukan sekedar bertujuan untuk memperindah dan meningkatkan minat baca khalayak, tetapi berusaha menempatkan materi berita yang ingin disampaikan kepada pembaca sebaik mungkin, karena jika berita tersebut tidak ditempatkan dengan baik, dampaknya akan kurang berarti. Hal ini yang harus diperhatikan oleh bagian desain atau desainer visual, tata letak, atau perwajahan.

Proses pembuatan tata letak tersebut pada umumnya dilakukan oleh desainer. Tata letak merupakan suatu permulaan untuk penggarapan fisik pada suatu cover majalah. “Tata letak adalah menciptakan sesuatu dari ide – ide yang ada pada keapala kita melalui berbagai proses seperti perencanaan, pengaturan dan juga pengolahan elemen. Dalam desain grafis elemn – elemen tersebut biasanya berupa gambar, tulisan, grafis dan warna.” (Maki, 2002, h.1)

Tata letak merupakan proses perencanaan, pengaturan dan juga pengolahan elemen – elemen yang berupa gambar, tulisan, grafis dan warna. Maka dengan kata lain tata letak merupakan kreatifitas dari seorang ahli grafis yang juga seorang jurnalis untuk mengolah informasi menjadi sebuah berita yang layak dimuat. “Tata letak merupakan proses mengatur tempat dari semua isi surat kabar atau majalah supaya pembaca tertarik membaca surat kabar atau majalah tersebut dan mudah menemukan jenis berita dan jenis pendapat yang ingin dibacanya.” (Soehoed, 2002, h.5)

Tata letak merupakan proses yang paling penting pada proses produksi media massa cetak, surat kabar dan majalah memerlukan tahap tata letak sebagai proses akhir agar berita layak dimuat.

* + - 1. **Tujuan Tata Letak**

Tujuan tata letak adalah agar pembaca tertarik dengan isi majalah yang disajikan. Tidak hanya untuk meningkatkan daya tarik, tata letak juga bertujuan agar memudahkan pembaca untuk menemukan jenis berita dan jenis pendapat yang ingin dibacanya. Tujuan tata letak, yaitu, “supaya pembaca tertarik membaca surat kabar atau majalah tersebut dan mudah menemukan jenis berita dan jenis pendapat yang ingin dibacanya.”(Soehoed, 2002, h.5)

Pada tahapan kegiatan tata letak pada dasarnya digunakan untuk menciptakan suatu surat kabar atau majalah yang dapat menimbulkan minat baca bagi khalayak dan nyaman untuk dibaca. Tata letak bukan hanya sekedar kreatifitas, memperindah tampilan muka surat kabar atau majalah dengan keterampilan artistik, dan bukan hanya menampilkan foto, gambar, dan iklan semata, melainkan adanya tujuan yang lebih penting, yaitu berusaha untuk memberikan kemudahan mengartikan suatu berita yang dibuat oleh media massa cetak tersebut agar memberikan dampak yang baik bagi maksud berita yang dimuat. “Dalam perspektif jurnalistik, bahwa setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat dan selera baca(surat kabar, majalah).” (Sumadiria, 2005, h.5)

Selain itu tata letak bertujuan untuk membangkitkan minat baca agar pembaca tidak mudah bosan dengan tulisan yang dimuat pada suatu surat kabar atau majalah. “Karya jurnalistik harus benar dan dikemas dalam bahasa yang menarik. Karya ilmiah, biasanya hanya benar tetapi kurang menarik. Membaca karya jurnalistik cepat tuntas. Membaca karya ilmiah jarang tuntas karena cepat mengantuk.” (Sumadiria, 2005, h.5)

Kegiatan tata letak pada dasarnya bertujuan untuk menimbulkan minat baca khalayak, agar pembaca merasakan kenyamanan dalam membaca suatu berita atau opini yang tercetak di surat kabar atau majalah secara tersusun dan rapih, dan menimbulkan daya tarik agar pembaca tidak mudah bosan oleh tulisan suatu berita atau opini yang dimuat. Tata letak surat kabar dan majalah bukan hanya sekedar kreatifitas, bukan hanya menampilkan foto, gambar, ilustrasi dan iklan, melainkan bagaimana cara surat kabar dan majalah dapat memberikan kemudahan kepada khalayak untuk mengartikan sesuatu yang dibuat oleh media cetak.

* 1. **Kerangka Teoritis**

Penelitian ini menggunakan Teori Semiotika dan Konstruksi Realitas Sosial sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

* + 1. **Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Konstruksi sosial atas realitas dikemukakan oleh Peter L. Berger yang merupakan sosiolog dari *New School For Social Research*. New York, sementara Thomas Luckman adalah seseorang sosiolog dari *University of Frankfurt*, teori konstruksi realitas sosial sejatinya dirumuskan kedua akademis ini sebagai suatu kajian teoritis dan sistemis mengenai sosiologi pengetahuan. Adapun definisi dari konstruksi realitas sosial, sebagai berikut :

Teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena yang diakui memiliki keberadaan (being)nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada hendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifisik.(Berger & Luckmann, 2013, h.1)

Berger dan Luckmann menekankan beberapa asumsi dasar Teori Konstruksi Realitas, diantaranya :

1. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial disekelilingnya.
2. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu sendiri, bersifat berkembang dan dilembagakan.
3. Kehidupan bermasyarakat dikonstruksi secara terus menerus.
4. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (being) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas – realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik.(Basari, 2013, h.1)

Sosiologi pengetahuan yang dikembangkan Berger dan Luckman, mendasar pengetahuan dalam dunia kehidupan sehari – hari masyarakat sebagai kenyataan. “Dunia kehidupan sehari – hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia. Maka dari itu apa yang menurut manusia nyata ditemukan dalam dunia kehidupan sehari – hari merupakan suatu kenyataan seperti yang dialaminya.” (Basari, 2013, h.23-28)

* + 1. **Semiotika**
       1. **Pengertian Semiotika**

Semiotika merupakan ilmu untuk mengkaji tanda. Tanda merupakan perangkat untuk menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Semiotika adalah cabang ilmu dari filsafat yang mempelajari “tanda”. Tanda adalah segala sesuatu yang dapat mewakili sesuatu atau sesuatu yang dapat dimaknai sebagai penggantian untuk suatu lainnya. Semiotika yaitu teori analisis berbagai tanda dan pemaknaan, secara umum semiotika didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda – tanda dan simbol – simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotika meliputi tanda – tanda visual dan verbal, atau semua tanda dan sinyal yang bisa diakses dan diterima oleh seluruh indera yang kita miliki, ketika tanda – tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertuls disetiap kegiatan dan perilaku manusia.

Gambar ilustrasi atau gambar karikatur dalam suatu majalah merupakan sebuah tanda yang sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan. Dari tanda, manusia memulai segala sesuatunya. Hal inilah yang menjadi alasan ilmu semiotika mengkaji tanda visual, karena begitu banyak efek yang ditimbulkan pada suatu gambar, membuat ilmu semiotika sebagai ilmu tanda berusaha mengkaji tentang tanda – tanda visual.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda – tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jala didunia, ditengah – tengah manusia dan bersama – sama manusia. Semiotika atau dalam istilah barthes, semologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal – hal (things), memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek – objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem struktur dari tanda. (Sobur, 2006, h.53)

Pada dasarnya, semiotika merupakan suatu ilmu tentang tanda. Bagaimana menafsirkan suatu kesatuan arti atau makna baru dari tanda yang digunakan. Semiotika merupakan suatu metode analisis isi media atau suatu teks. Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda – tanda dan bagaimana kerjanya.

Tanda terdapat dimana – mana dalam kehidupan sehari – hari. “Kata” adalah tanda, demikian pula gambar, foto, lampu lalu lintas, gerak tubuh dan lainnya dapat menjadi sebuah tanda. Dalam kehidupan sehari – hari tanpa disadari kita telah mempraktekan semiotika dalam berkomunikasi, misalnya pada saat berkendara, kita melihat sebuah rambu lalu lintas yang tertulis dengan huruf S dicoret, berarti kita tidak boleh berhenti di area yang terdapat sebuah rambu tersebut. Hal lain saat kita berkendara pada persimpangan terdapat lampu lalu lintas yang menyala warna merah secara spontan kita akan menghentikan kendaraan kita. Pada saat itulah kita telah melaukan proses pemaknaan terhadap tanda.

Ketika semua komunikasi merupakan suatu tanda , maka dalam kehidupan manusia dipenuhi dengan tanda. Ketika melukukan komunikasi kita membentuk suatu tanda dan memaknai tanda. Dalam perspektif semiotika atau semiologi, pada akhirnya komunikasi akan menjadi suatu ilmu untuk mengungkapkan pemaknaan dari tanda yang diciptakan oleh proses komunikasi. “Semiotik menganggap bahwa fenomena sosial dan kebudayaan merupakan tanda – tanda, atau ingin mempelajari sistem, aturan dan konvensi yang memungkinkan tanda – tanda tersebut memiliki suatu arti tertentu.” (Ruslan, 2006, h.225).“Tujuan analisis semiotika tersebut adalah menemukan makna tanda – tanda dan termasuk hal – hal yang tersembunyi di balik sebuah teks tertentu, seperti pesan – pesan teks atau tokoh iklan, narasi film, dan berita.” (Ruslan, 2006, h.225)

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti menggunakan pendekatan analisis semiotika untuk menemukan makna tanda yang tersembuyi pada berita tentang revisi Undang – Undang KPK melalui sebuah gambar karikatur Jokowi Pinokio pada cover majalah Tempo edisi “Janji Tinggal Janji” 16 – 22 September 2019.

* + - 1. **Semiotika Roland Barthes**

Kombinasi antara gambar dan teks pada suatu cover majalah Tempo memunculkan banyak tanda yang memiliki tanda – tanda tertentu. Untuk meneliti arti dibalik setiap tanda dalam sebuah gambar, maka peneliti menggunakan analisis semiotika dalam penelitian ini.

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang suatu tanda (sign). Dalam ilmu komunikasi “tanda” merupakan sebuah interaksi makna yang disampaikan kepada orang lain melalui tanda – tanda. Dalam berkomunikasi tidak hanya dengan bahasa lisan saja namun melalui sebuah tanda tersebut juga dapat berkomunikasi.

Teori semiotika yang digunakan oleh peneliti adalah teori dari Roland Barthes (1915-1980). Dalam teorinya Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi merupakan tingkat pertandaan pertama yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung dan pasti, dalam pengertian umum denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang sesungguhnya sedangkan konotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang ada di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti.

Konotasi, dalam kerangka Barthes 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 tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda dan tanda, namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau, dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua. “Memaknai berarti bahwa objek – objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek – objek itu hedak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.” (Sobur, 2003, h.15)

Tanda – tanda itu hanya mengemban arti (significant) dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang menghubungkan tanda dengan apa ditandakan (signifie) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan.

Secara umum, tanda dapat dipergunakan untuk menyatakan kebenaran dan kebohongan, tanda – tanda yang berisi kebohongan itu relatif tidak merugikan, namun dalam beberapa kasus boleh jadi sangat membahayakan orang lain.

**Gambar 2.1. Peta Tanda Roland Barthes**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Signifier (Penanda) | 1. Signified (Petanda) |
| 1. Denotative Sign (Tanda Denotatif) | |
| 1. CONNOTATIVE SIGNIFIER   ( PENANDA KONOTATIF) | | 1. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF) |
| 1. CONNOTATOVE SIGN (TANDA KONOTATIF) | | |

Sumber : Sobur, Semiotika Komunikasi 2003

Dari peta tanda Barthes diatas tersirat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah tanda penanda konotatif (4) juga. Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika mengenal tanda “singa”. Barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin.

Jadi dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaanya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiology Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Gambar ilustrasi atau gambar karikatur pada suatu cover majalah merupakan suatu tanda yang menghasilkan makna. Maka dari itu gambar ilustrasi atau gambar karikatur Jokowi Pinokio cocok bila diteliti menggunakan teori semiotika karena gambar karikatur Jokowi Pinokio menyimpan berbagai makna yang terbentuk berdasarkan peristiwa dan mitos yang terbangun di dalam masyarakat. Peneliti menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang melihat tanda dari denotasi, konotasi dan mitos. Dalam hal ini berarti peneliti melihat tanda dari cover majalah Tempo Edisi Janji Tinggal Janji berdasarkan denotasi, kontasi dan mitos dari sebuah tanda yang berupa gambar karikatur.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Sobur mendefinisikan bahwa semiotika sebagai suatu metode analisis untuk mengkaji tanda – tanda. Pada penelitian ini, peneliti meneliti sebuah cover majalah Tempo edisi Janji Tinggal Janji. Cover majalah tersebut merupakan sebuah tanda yang berupa gambar karikatur Presiden Joko Widodo. Maka dari itu peneliti merasa bahwa analisis Semiotika Roland Barthes sesuai dengan penelitian ini.

Teori yang digunakan pada penelitian ini juga peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial dan analisis semiotika Roland Barthes. Konstruksi realitas sosial yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann. Konstruksi realitas sosial diartikan sebagai sebuah proses yang dilakukan melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau kelompok individu menciptakan secara berkesinambungan sebuah realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Konstruksi realitas sosial memiliki beberapa prinsip dasar, yaitu realitas dibentuk secara sosial, realitas diungkapkan melalui bahasa, pengetahuan diperoleh melalui proses – proses sosial, dan mekenakan pada refleksi manusia. Begitu pula dengan semiotika, semiotika merupakan sebuah ilmu atau metode yang mempelajari tentang tanda (sign). Dalam kehidupan sehari – hari, manusia selalu membentuk tanda untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada yang lainnya, tanda tersebut dibentuk secara sosial, sebuah pengetahuan yang diproses melalui proses – proses sosial yang membentuk sebuah tanda pada kehidupan sehari – hari dalam melakukan praktek komunikasi. Tanda dibentuk secara sosial, tanda dibentuk karena adanya suatu realitas, atau karena adanya suatu pengetahuan yang diperoleh melalui proses – proses sosial, peristiwa, kejadian dalam suatu kehidupan manusia. Sehingga komunikasi pun berawal dari sebuah tanda, karena didalam sebuah tanda mengandung makna dan pesan. Dengan adanya tanda maka akan mempermudah jalannya praktek komunikasi, atau akan mempermudah untuk menyampaikan dan menerima pesan. Dalam kehidupan manusia terdapat banyak tanda yang telah terbentuk. Seperti suatu media massa cetak yang selalu melihat peristiwa yang terjadi pada suatu saat dan kemudian dikomunikasikan kepada khalayak dalam sebuah bentuk tanda yaitu gambar baik gambar opini maupun gambar fakta sebuah peristiwa, dengan adanya tanda tersebut, suatu media massa cetak mampu mempermudah khalayak untuk menerima sebuah pesan.

Metode atau ilmu yang mempelajari tanda banyak dikemukakan oleh tokoh – tokoh, salah satunya ialah Roland Barthes, yang dikenal sebagai pemikir strukturalis yang getol mempraktikan model – model linguistik dan semiologi sausurean. Pada penelitian ini teori yang dikemukakan oleh Roland Barthes ini menjadi pisau bedah untuk mempermudah penelitian ini.

Seperti pada apa yang telah dibahas, maka peneliti menganggap bahwa kedua teori ini, yaitu teori konstruksi realitas sosial Peter L Berger dan analisis semiotika Roland Barthes cocok untuk digunakan pada penelitian ini.

**Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran**

Analisis Semiotika Gambar Ilustrasi *Jokowi Pinokio* Pada Cover Majalah *TEMPO* “*Janji Tinggal Janji*” Edisi 16 - 22 September 2019

TEORI KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL

(Peter L. Berger & Thomas Lukmann)

SEMIOTIKA

(Roland Barthes)

DENOTASI

KONOTASI

MITOS

**Sumber : Hasil Olahan Peneliti dan Pembimbing 2020**