

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Tinjauan hasil penelitian terdahulu dimaksudkan sebagai bahan referensi agar penelitian ini dapat dipahami secara komprehensif serta mampu menyajikan hasil penelitian yang memiliki nilai originalitas dan manfaat bagi bidang akademis maupun dunia sosial. Adapun beberapa penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti dapat diuraikan sebagai berikut:

2.1.1.1 Wildan Yusran, Hanny Hafiar, Diah Fatma Sjoraida. 2017. Analisis Semiotik Atas Sampul Majalah Tempo Jakarta “Rizal Ramli Petarung Atau Peraung”. Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi Vol. 47 No. 1 Juni 2017 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran : Bandung

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui simbol yang terdapat dalam MBM Tempo, makna yang terkandung dalam simbol-simbol, dan simbol pada MBM Tempo dapat mengkonstruksi citra Rizal Ramli sebagai Peraung. Hasil penelitian menunjukkan sampul MBM Tempo Jakarta “Rizal Ramli Petarung atau Peraung” Edisi 24-30 Agustus 2015 terdiri dari tiga simbol utama, simbol gesture Rizal Ramli sedang berkacak pinggang, menunjuk dan mulut terbuka, simbol tangan wayang yang memegang tuding, dan simbol teks.

Karikatur Rizal Ramli yang terdapat dalam sampul MBM Tempo merupakan ilustrasi dari teks yang tertulis ditengah sampul Tempo, sehingga keduanya saling berkaitan. Simbol-simbol tersebut memiliki makna yang berbeda-beda. Makna yang terkandung dari setiap simbol mengkonstruksikan citra Rizal Ramli sebagai Peraung dalam sampul MBM Tempo.

Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat tiga simbol utama dalam sampul MBM Tempo Jakarta “Rizal Ramli Petarung atau Peraung” Edisi 24-30 Agustus 2015, yaitu simbol gesture Rizal Ramli sedang berkacak pinggang, menunjuk, dan mulut terbuka, simbol tangan wayang yang memegang tuding, dan simbol teks yang termasuk tipografi.

2.1.1.2 Nugroho Abraham Akbar. 2018. Analisis Semiotika Cover Majalah Tempo Edisi 4 – 11 Juni 2018. Jurnal Spektrum Komunikasi Vol. 6 No. 1 Juni 2018 Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi - Almamater Wartawan Surabaya : Surabaya

Dalam sebuah majalah, penempatan tata letak menjadi hal yang paling diperhatikan. Karena majalah memiliki ruang yang lebih banyak untuk gambar dan foto. Sehingga gambar atau foto bisa mewakili isi dari berita atau informasi yang disampaikan. Sebuah foto pada majalah haruslah memiliki keterangan untuk memperjelas foto tersebut. Selain isi dengan tata letak yang menarik, sesuatu yang menjadin perhatian pada majalah adalah covernya. Didalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pendekatan semiotika. Semiotika Charles Sanders Pierce, maka tanda-tanda dalam gambar dapat dilihat dari jenis tanda yang digolongkan dalam semiotik. Diantaranya: ikon, indeks dan simbol.

Hasilnya setiap elemen yang terdapat di dalam cover tersebut menghasilkan makna yang dapat dipahami oleh siapa saja yang membacanya. Karena pada setiap

foto yang diilustrasikan dengan gambar dari setiap tokoh yang berada di dalamnya.

Sedangkan untuk tanda-tanda lainnya yang berada didalamnya juga dibahas berdasarkan pemaknaan dan fungsi dari penggunaannya.

2.1.1.3 Yunus Priyonggo Kartiko, Analisis Semiotik Korupsi Terhadap Sampul Majalah Tempo Pada Kasus Simulator SIM. Skripsi, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta : 2014

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan majunya industri media cetak di Indonesia, membuat eksistensi penggunaan gambar ilustrasi pada media cetak semakin kuat. Pentingnya gambar pada sampul majalah adalah untuk menarik minat pembaca agar membeli, karena didalamnya mengandung unsur kritik. Kesan lucu dan menggelitik jika dilihat bagi yang tidak mengetahui maksud di dalamnya. Tidak semua pembaca dapat dengan mudah mengerti makna dibalik gambar ilustrasi tersebut karena tingkat pemahaman seseorang yang berbeda-beda. Majalah Tempo merupakan salah satu media cetak yang menggunakan gambar ilustrasi dalam penyampaian berita kepada pembacanya. Tentu saja selalu mengandung makna-makna yang secara sengaja ingin disampaikan. Simbol dan tanda dalam sebuah karya gambar ilustrasi menjadi suatu usaha yang unik dalam menyampaikan informasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian menggunakan kajian semiotik Charles Sanders Peirce. Pada empat sampul majalah Tempoyang menampilkan kasus korupsi simulator SIM. Gambaran

bagaimana konflik antara Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan Polisi Republik Indonesia (Polri). Peneliti merumuskan pertanyaan yakni: Petanda apa saja yang terdapat dalam sampul majalah Tempo pada kasus simulator SIM?

Melihat konteks penelitian ini, tinjauan teoritis yang digunakan adalah semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu dengan melihat makna atas sign (ikon, indeks, dan simbol), object, dan interpretan. Ikon merupakan tanda yang dirancang untuk merepresentasikan sumber acuan melalui simulasi atau persamaan (artinya, sumber acuan dapat dilihat, didengar, dan seterusnya dalam ikon). Indeks merupakan tanda yang dirancang untuk mengidentifikasi sumber acuan atau saling menghubungkan sumber acuan. Sedangkan simbol merupakan tanda yang dirancang untuk menjadikan sumber acuan melalui kesepakatan atau persetujuan.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotik yang bersifat kualitatif model diskriptif. Data yang didapatkan dalam sampul majalah Tempo, serta dengan buku-buku referensi, wawancara dan dokumentasi. Setelah melihat empat sampul majalah yang diteliti, maka kesimpulanya petanda yang muncul pada sampul majalah Tempo berkaitan erat dengan kasus korupsi Simulator SIM. Pada empat sampul terdiri tiga kategori, yaitu sosok Irjen Djoko Susilo dengan simbol pemegang proyek Simulator, gambaran petugas KPK yang menyidik Polisi, dan gambaran empat anggota DPR yang menerima suap proyek simulator kemudi. Sehingga Interpretasi peneliti ketika melihat gambar ilustrasi yang ditampilkan pada sampul adalah

mengambarkan rangkaian peristiwa kasus korupsi Djoko Susilo dalam proyek Simulator kemudi.

Matriks Penelitian Terdahulu

Tabel 1

No	Item	Peneliti 1
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Wildan Yusran, Hanny Hafiar, Diah Fatma Sjoraida. 2017. Analisis Semiotik Atas Sampul Majalah Tempo Jakarta “Rizal Ramli Petarung Atau Peraung”. Bandung
2	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui simbol yang terdapat dalam MBM Tempo, makna yang terkandung dalam simbol-simbol, dan simbol pada MBM Tempo dapat mengkonstruksi citra Rizal Ramli sebagai Peraung.
3	Pendekatan Penelitian	Metode Penelitian Kualitatif
4	Teori	Teori Semiotika Charles Sanders Peirce
5	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan sampul MBM Tempo Jakarta “Rizal Ramli Petarung atau Peraung” Edisi 24-30 Agustus 2015 terdiri dari tiga simbol utama, simbol gesture Rizal Ramli sedang berkacak pinggang, menunjuk dan mulut terbuka, simbol tangan wayang yang memegang tuding, dan simbol teks.
6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dengan penelitian ini dari segi permasalahan yang diteliti. Sedangkan Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce
7	Kritik	Kritik pada penelitian ini adalah tidak mencantumkan teori secara jelas

Matriks Penelitian Terdahulu

Tabel 2

No	Item	Peneliti 2
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Nugroho Abraham Akbar. 2018. Analisis Semiotika Cover Majalah Tempo Edisi 4 – 11 Juni 2018. Surabaya
2	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui simbol yang terdapat dalam cover Tempo, makna yang terkandung dalam simbol-simbol.
3	Pendekatan Penelitian	Metode Penelitian Kualitatif
4	Teori	Teori Semiotika Charles Sanders Peirce
5	Hasil	Hasilnya setiap elemen yang terdapat di dalam cover tersebut menghasilkan makna yang dapat dipahami oleh siapa saja yang membacanya. Karena pada setiap foto yang diilustrasikan dengan gambar dari setiap tokoh yang berada di dalamnya. Sedangkan untuk tanda-tanda lainnya yang berada didalamnya juga dibahas berdasarkan pemaknaan dan fungsi dari penggunaannya.
6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dengan penelitian ini dari segi permasalahan yang diteliti. Sedangkan Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce
7	Kritik	Kritik pada penelitian ini adalah tidak mencantumkan tujuan penelitian secara jelas

Matriks Penelitian Terdahulu

Tabel 3

No	Item	Peneliti 3
1	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Yunus Priyonggo Kartiko, Analisis Semiotik Korupsi Terhadap Sampul Majalah Tempo Pada Kasus Simulator SIM. Skripsi, Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta : 2014
2	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui petanda pada sampul majalah tempo terkait kasus korupsi simulator SIM
3	Pendekatan Penelitian	Metode Penelitian Kualitatif
4	Teori	Teori Semiotika Charles Sanders Peirce
5	Hasil	Hasilnya setiap elemen yang terdapat di dalam cover tersebut menghasilkan makna yang dapat dipahami oleh siapa saja yang membacanya. Karena pada setiap foto yang diilustrasikan dengan gambar dari setiap tokoh yang berada di dalamnya. Sedangkan untuk tanda-tanda lainnya yang berada didalamnya juga dibahas berdasarkan pemaknaan dan fungsi dari penggunaannya.
6	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dengan penelitian ini dari segi permasalahan yang diteliti. Sedangkan Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce
7	Kritik	Kritik pada penelitian ini adalah tidak mencantumkan tujuan penelitian dan hasil penelitian secara jelas

2.1.2 Kerangka Pemikiran

2.1.2.1 Kerangka Teoritis

2.1.2.1.1 Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* adalah bahasa inggris yang berasal dari kata latin “*communis*” yang mempunyai arti sama dengan “*communico, communication* atau *communicare*” yang berarti “menciptakan makna yang sama” artinya komunikasi menyarankan bahwa pikiran, makna atau pesan dianut secara sama. Pemahaman dan makna yang sama menjadi syarat bagi munculnya saling pengertian perbedaan, maka hal ini harus dimaknai sebagai “tantangan” untuk melahirkan aktivitas komunikasi yang baru.(Wahid, 2012).

“Komunikasi merupakan proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima ataupun lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”(Cangara, 2011). Secara garis besar dalam komunikasi, wajib ada unsur-unsur kesamaan arti agar terjalin suatu pertukaran pikiran serta penafsiran antara Komunikator (penyebarnya) dan Komunikan (Penerima Pesan). Proses Komunikasi mempunyai arti transfer data ataupun pesan dari pengirim pesan selaku komunikator kepada penerima sebagai komunikan. Proses komunikasi bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*Mutual Understanding*) antara kedua pihak yang terlibat dalam proses itu sendiri. Anggota masyarakat melakukan komunikasi ini secara terus menerus. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh semua anggota masyarakat dimanapun dan kapanpun.

Berdasarkan prinsip umum dari beberapa pengertian komunikasi diatas, maka dengan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi adalah pertukaran pesan secara verbal maupun nonverbal antara komunikator dengan komunikan untuk mendapatkan efek atau mengubah tingkah laku seseorang yang merupakan proses komunikasi efektif dan komunikasi yang berjalan dengan baik apabila pada saat komunikator (pengirim pesan) menyampaikan suatu pesan terhadap komunikan (penerima pesan) dapat diterima dengan baik atau memicu timbulnya feedback yang diterima komunikator agar menjadi stimulus atau respon yang membuat komunikasi berjalan dengan lancar.

2.1.2.1.2 Komunikasi Massa

“Komunikasi massa adalah proses menciptakan makna bersama antara media massa dan audiensnya” (Baran 2008, h. 7). Dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa semakin kompleks dan kompleks, seperti media cetak (koran, majalah, tabloid, dll), media elektronik (televisi, radio, dan film). Masing-masing media massa ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing yang dapat menarik lebih banyak komunikator. Komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran informasi adalah komunikasi massa.

Menurut Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam bukunya, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Effendy 2011, hlm: 21) mengatakan sebagai berikut:

Mass communication is part skill, part art, and part science. It is a skill in the sense that it involves certain fundamental lernable techniques such as focusing a television camera, oprating a tape recorder or taking notes during an interview. It is art in the sense that it involves creative challenges such as writing as script for a television program,

developing an aesthetic layout for a magazine and or coming up with a catchy lead for a news story. It is a science in the sense that there are certain principles involved in how communication works that can be verified and used to make things work better.

(Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder, atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tangan-tangan kreatif seperti menulis skrip dalam program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah, atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan digunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik).

Sebagaimana disebutkan di atas, media massa dalam pengertian komunikasi massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Oleh karena itu, media massa modern merupakan produk teknologi modern dan telah berkembang menuju kesempurnaan. Komunikasi massa dilakukan dengan menggunakan media massa. Dengan demikian, komunikasi massa tidak akan lepas dari media massa yang bukan merupakan produk komunikasi massa. Jadi ketika kita berbicara tentang komunikasi massa, kita juga akan berbicara tentang media massa.

2.1.2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa melibatkan khalayak yang luas, sehingga pengaruh atau efek yang dihasilkan dalam proses komunikasi massa juga besar, yang bermanfaat bagi khalayak. Menurut pengantar Ardianto dalam "*Pengantar Komunikasi Massa*", berikut ini adalah fungsi komunikasi massa dalam masyarakat:

1. ***Surveillance* (Pengawasan)**
Fungsi pengawasan komunikais massa dibagi dalam bentuk utama: *warning or beware surveillance* (Pengawasan peringatan), *instrumental surveillance* (Pengawasan Instrumental).
2. ***Interpretation* (Penafsiran)**
Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.
3. ***Linkage* (Pertalian)**
Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (Pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
4. ***Entertainment* (Hiburan).**
5. ***Transmission Of Value* (Penyebaran nilai-nilai)**
Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasai) mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. (2007:15-17).

Komunikasi massa bersifat heterogen / beragam, artinya koresponden atau penerima informasi dengan berbagai pendidikan, usia, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi memiliki kedudukan yang berbeda-beda. Komunikator tidak mengenal komunikator, tetapi komunikator tentunya sangat mengetahui kepribadian dan jati diri komunikator, inilah yang dimaksud dengan komunikasi massa satu arah. Pesan dalam komunikasi massa tidak dikirim ke orang atau

sekelompok orang tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesan ini ditujukan untuk audiens yang beragam. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan hendaknya tidak spesifik, sehingga pesan yang disampaikan juga dapat diterima oleh banyak orang, yang juga bergantung pada pokok bahasan yang diajukan oleh koresponden.

2.1.2.1.4 Media Massa

Istilah “media massa” berasal dari masyarakat menengah dan masyarakat umum, dan istilah “medium” berasal dari bahasa Latin yang artinya terdapat berbagai sarana atau saluran untuk bertukar ide, gambaran, perasaan dan pada dasarnya semua aktivitas mental manusia. “Massa” berasal dari bahasa The Anglo-Saxon region artinya perkakas atau perkakas yang pada dasarnya menysasar segala sesuatu dengan karakteristik yang hebat. Tugasnya adalah menyesuaikan diri dengan penyebaran berbagai berita atau berita, dan mengusulkan metode komunikasi jenis baru berdasarkan kebutuhan dasar masyarakat saat ini.

Media massa adalah penemuan teknologi luar biasa yang memungkinkan orang berkomunikasi tidak hanya dengan komunikator yang belum pernah mereka lihat sebelumnya, tetapi juga dengan generasi mendatang. Oleh karena itu, media massa dapat mengatasi kendala berupa pembatasan waktu, tempat, dan kondisi geografis. Oleh karena itu, penggunaan media massa dapat berkomunikasi dengan lebih banyak orang.

Ditinjau dari perkembangan teknologi di bidang penyampaian informasi melalui media massa, media massa dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu :

1. Media massa modern yang dimaksud media massa modern adalah media massa yang menggunakan teknologi modern yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak adalah media massa yang dalam menyampaikan informasinya terlebih dulu harus dicetak menggunakan alat cetak. Media massa ini misalnya surat kabar, majalah, tabloid dll.
2. Media massa elektronik adalah media massa yang dalam menyampaikan informasinya menggunakan jasa listrik. Tanpa adanya listrik media massa ini tidak akan dapat berfungsi misalnya radio dan televisi.

Media massa tradisional adalah media yang digunakan sebagai sarana penyampaian informasi pada jaman dulu, lebih banyak menggunakan media massa tradisional misalnya wayang, lawak, lenong, seni tradisional dll.

Menurut Cangara (2003: 134), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari penyebar kepada khalayak, sedangkan media massa sendiri adalah alat untuk menyampaikan informasi dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan mekanisme mekanis. artinya. Alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara simultan dari komunikator kepada khalayak luas.

2.1.2.1.5 Semiotika Charles Sanders Peirce

Dalam proses perjalanan teori, akan banyak para ahli, ilmuwan dan filsuf yang mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan ilmu-ilmu yang mereka pelajari. Dalam teori semiotik, banyak filsuf dan ahli mendefinisikan atau menjelaskan sesuai dengan gagasan yang dikemukakan oleh hasil penelitiannya. Salah satunya adalah Charles Sander Pierce (Charles Sander Pierce) yang sangat peduli dengan penelitiannya tentang semiotika. Sampai saat ini masih banyak rujukan kajian teori semiotik.

Menurut Aart van Zoest, Charles Sander Pierce adalah salah satu filsuf Amerika yang paling orisinil dan multidimensi. Pada saat yang sama, menurut Paul Copley dan Lisa Jansz, Pierce adalah kontroversial '(Sobur 2009 p. 39). Pierce terkenal dengan teori simbolnya. Seperti yang dijelaskan Lechte, dalam bidang semiotika, Pierce sering mengulang bahwa secara umum tanda adalah representasi dari seseorang.

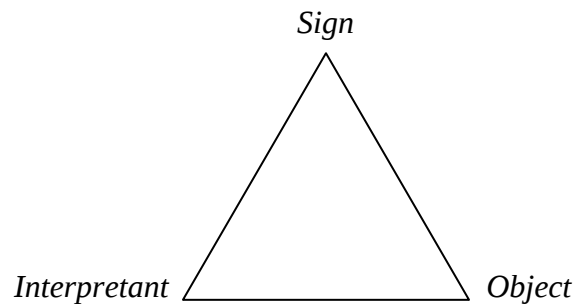
Menurut Pierce, makna tanda dalam gambar dapat dilihat dari jenis-jenis tanda yang diklasifikasikan sebagai semiotik. Diantaranya: ikon, indeks dan simbol. Ikon adalah simbol yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dapat juga dikatakan bahwa merek tersebut mempunyai karakteristik yang sama dengan karakteristik yang diharapkan. Indeks adalah simbol yang memiliki hubungan kausal dengan konten yang diwakilinya. Atau disebut juga tanda sebagai bukti. Simbol ini menandakan konvensi, regulasi atau kesepakatan bahwa kedua belah pihak telah mencapai mufakat. (Tinarbuko 2008: 16-17).

Suatu tanda akan mengandung ikon, indeks dan simbol. Karena ketiganya merupakan kesatuan yang saling keterkaitan. Dan bila kita mengkaji semiotika,

sudah pasti ketiga unsur tersebut menjadi kajian yang pasti kita kaji yang saling berkaitan.

Perumusan yang terlalu sederhana ini menyalahi kenyataan tentang adanya suatu fungsi tanda: tanda A menunjukkan suatu fakta (atau objek B), kepada penafsirnya, yaitu C. oleh karena itu, suatu tanda itu tidak pernah berupa suatu entitas yang sendiri, tetapi yang memiliki ketiga aspek tersebut. Pierce mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kekeduaan, dan penafsirnya – unsure pengantara- adalah contoh dari keketigaan. Pierce memang berusaha untuk menemukan struktur terner dimanapun mereka bisa terjadi. Ketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tak terbatas, selama suatu penafsir (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda yang lain (yaitu sebagai wakil dari suatu makna atau penanda) bisa ditangkap oleh penafsir lainnya. Penafsir ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi dan penangkapan [hipotesis] membentuk tiga jenis penafsir yang penting). Agar bisa ada sebagai suatu tanda, maka tanda tersebut harus ditafsirkan (dan berarti harus memiliki penafsir)’.

Bagi Pierce (Sobur 2009 : 41), ‘tanda “*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity.*” Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Pierce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representamen*) selalu terdapat dalam hubungan tradik, yakni *sign*, *object*, dan *interpretant*’.



Gambar 2. Unsur Makna dari Pierce

Menurut Pierce, tanda dibentuk oleh hubungan segitiga yaitu Representamen yang oleh Pierce disebut juga **tanda** (*sign*) berhubungan dengan **object** yang dirujuknya. Hubungan tersebut membuahkan **interpretant**. Tanda atau representamen adalah bagian tanda yang merujuk pada sesuatu menurut cara atau berdasarkan kapasitas tertentu (Wibowo 2013: 169).

Proses tiga tingkat dari teori segitiga makna yang merupakan proses semiosis dari kajian semiotika. Proses semiosis adalah proses yang tidak ada awal maupun akhirnya, senantiasa terjadi dan saling berhubungan satu dengan yang lainnya, dalam hal ini tanda, objek, dan interpretant (Vera 2014, hlm: 23).

‘Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi **tanda**. Tanda yang dikaitkan dengan *ground* dibaginya menjadi *qualisign*, *Sinsign*, dan *Legisign*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda, misalnya kata-kata kasar, keras, lemah, merdu dsb. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda; misalnya kata kaburatau keruh yang ada pada urutan kata air sungai keruh yang menandakan bahwa ada hujan di hulu sungai. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda, misalnya rambu-rambu lalu lintas yang menandakan hal-hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan manusia.

Berdasarkan **object** nya, Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan: misalnya, potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contoh yang paling jelas ialah asap sebagai tanda adanya api. Tanda dapat pula mengacu ke denotatum melalui konvensi. Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang biasa disebut simbol. Jadi, simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan di antaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.

Berdasarkan **interpretan**, tanda (*sign*, *representamen*) dibagi atas *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign* dan *argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya, orang yang merah matanya bahwa saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata. *Dicent sign* atau *dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya jika pada suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di tepi jalan dipasang rambu lalu lintas yang menyatakan bahwa disitu sering terjadi kecelakaan. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu' (Sobur 2009, hlm 41-42).

2.1.2.1.6 Asumsi Dasar Teori Semiotika Charles Sanders Peirce

Semiotika dapat dikatakan sebagai metode ilmiah atau analitis untuk mempelajari tanda. Tanda adalah alat yang kita gunakan ketika mencoba menemukan jalan kita di dunia ini di antara dan dengan manusia.

Pierce terkenal karena teori tandanya. Bagi Pierce (Pateda, 2001, p. 44), tanda *“is something which stands to somebody for something in some respect or capacity”*.

Tabel 4. Semiotika Pierce

Jenis Tanda (Representamen)	Hubungan Antar Tanda Dan Sumber Acuan	Contoh
Ikon	Tanda dirancang untuk mempresentasikan sumber acuan melalui simulasi atau persamaan (artinya, sumber acuan dapat dilihat, didengar dan seterusnya, dalam ikon)	Segala macam gambar (bagan, diagram dan lain-lain), photo, kata-kata dan seterusnya
Indeks	Tanda dirancang untuk mengidentifikasi sumber acuan atau saling menghubungkan sumber acuan	Jari yang menunjuk, kata keterangan seperti di sini, di sana, kata ganti seperti aku, kau, ia dan seterusnya
Simbol	Tanda dirancang untuk menjadikan sumber acuan melalui kesepakatan atau persetujuan	Simbol sosial seperti mawar, simbol matematika dan seterusnya

Sumber: (Danesi, 2010)

2.1.2.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.2.1 Pengertian Majalah

Majalah adalah produk berita cetak, sebagaimana kita ketahui majalah adalah media massa yang utamanya menyajikan foto dan gambar. Inilah yang menjadi daya tarik tersendiri yang menarik pembaca. Dan pilihlah warna-warna yang eye-catching dan penuh makna.

Fenomena ini juga terjadi di Indonesia, awal kemunculan majalah adalah pada awal kemerdekaan Indonesia. Pada awalnya terbit majalah bulanan yang membahas tentang kemerdekaan. Setelah itu muncul lagi majalah mingguan yang disiarkan di Radio Republik Indonesia (RRI). Namun setelah kemerdekaan dan keadaan sudah mulai stabil, banyak bermunculan majalah-majalah baru. Majalah-majalah tersebut terbit di beberapa daerah yang ada di Indonesia. Majalah tersebut juga di buat dengan tujuan-tujuan tertentu. Ada yang berbahasa daerah maupun bahasa Indonesia. Hal ini bertujuan agar masyarakat pedalaman yang belum bias atau fasih berbahasa Indonesia dapat lebih cepat memahaminya. Serta menyamaratakan bahasa Indonesia yang kala itu setiap daerah masih menggunakan bahasa daerahnya masing-masing dalam berkomunikasi.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan majalah Indonesia terus berubah. Pada awal kemerdekaan, majalah-majalah terbitan cenderung mendorong mereka untuk mengakhiri sisa-sisa penjajahan. Kemudian di era orde lama, majalah dan surat kabar memiliki pedoman dalam penyampaian informasi. Oleh karena itu, informasi yang dilaporkan harus memberikan dukungan kepada pemerintah saat itu. Kemudian di era orde baru, perkembangan majalah mulai

bervariasi. Di era reformasi, izin siaran pers tidak lagi diperlukan. Ini membuatnya lebih mudah dan memberikan lebih banyak ruang bagi penerbit (Ardianto dkk 2007: 118-119).

Walaupun buku dan surat kabar tampak begitu memberikan rangsangan dan bisa mengalihkan perhatian, baik isinya maupun pengemasannya. Kedua hal ini tidak akan pernah bisa menyamai daya tarik *visual* yang menjadi modal utama dari majalah yang sangat kuat dan berlangsung seketika. Begitu populernya majalah sebagai artefak komunikasi massa dan pengalihkan perhatian sehingga sekarang ini mereka menelurkan satu kategori keturunan unik yang dikenal sebagai ‘fanzine’ atau ‘zine’ yang terlihat dimana-mana. Ini adalah majalah yang diciptakan oleh orang-orang yang sangat menggemari satu topik tertentu, dan biasanya adalah satu hobi. Serta waktu penerbitannya yang berkala dalam kurun waktu tertentu. Sehingga dapat menggugah keinginan pembaca dalam menunggu terbitan selanjutnya.

Majalah adalah kumpulan artikel atau cerita yang diterbitkan secara teratur. Kebanyakan majalah memiliki ilustrasi. Mereka menyediakan segala macam informasi, opini dan hiburan untuk konsumsi massal. Misalnya, majalah akan meliput urusan dan mode terkini, membahas urusan luar negeri, atau cara memperbaiki barang-barang rumah tangga atau menyiapkan makanan. (Danesi 2010: 89).

Danesi juga menjelaskan bahwa:

Seperti surat kabar, dalam majalah termuat tulisan banyak orang, bukan hanya satu orang saja. Akan tetapi, majalah dirancang untuk disimpan dalam waktu yang lebih lama dibandingkan dengan surat kabar. Karena alasan ini maka

sebagian besar memiliki ukuran halaman yang lebih kecil dan dicetak dikertas yang lebih baik. Dilihat dari kandungannya, surat kabar lebih banyak meliput peristiwa-peristiwa yang bersifat keseharian dan cepat berubah dibandingkan dengan majalah. Sebagian besar majalah memiliki sampul yang menampilkan gambaran atau potret, bukannya berita. Berbagai jenis tulisan berbeda berkisar dari laporan factual atau peraktis yang lebih bergaya pribadi atau emosional merupakan karakteristik dasar dari sinteks majalah.

Dari awal peluncurannya hingga saat ini, majalah ini terus berkembang, dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Layaknya era modern, majalah tidak hanya menggunakan kertas sebagai medianya. Tetapi ini adalah perangkat perkakas kecil yang didukung oleh penggunaan digital atau online. Kini masyarakat luas juga bisa mengakses atau membaca majalah yang sebenarnya diakses secara online dengan lebih mudah dan cepat. Selain majalah yang dibuat dari kertas, industri media juga menerbitkannya secara online, namun tetap mengutamakan kualitas konten di setiap judul. Foto bukan hanya artikel kolom, tetapi juga memiliki peran yang sama pentingnya dalam menyampaikan informasi kepada pembaca. Selain foto atau gambar pada judul yang merepresentasikan konten, majalah sering kali menampilkan foto sampul yang menarik dan bermakna Merupakan konten yang dibahas di dalamnya. Tak heran jika majalah bisa menggugah minat pembaca hanya dengan melihat foto sampulnya.

2.1.2.2.2 Sampul Majalah (Cover)

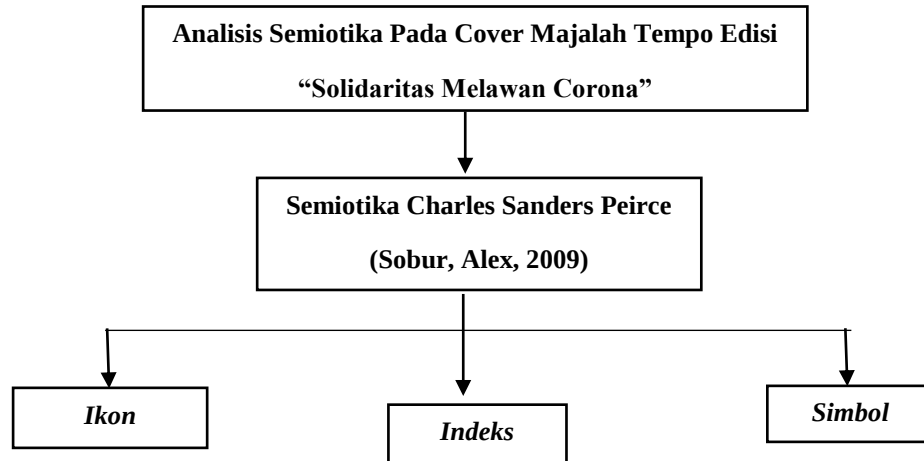
Disamping foto, *Cover* atau sampul majalah juga merupakan daya Tarik sendiri. Hal ini dikemukakan oleh ahli dan pengamat:

‘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 tergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau keajegan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya'. (Ardianto dkk, 2007 :122).

Hal terpenting yang segera diberikan kepada pembaca majalah adalah sampulnya, sehingga semakin menarik semakin penasaran untuk membaca isinya. Apalagi jika terpampang di sampul, foto / ilustrasi atau apapun yang sedang diberitakan. Namun dikemas dengan cara yang menarik dan berbeda. Terkadang penyembunyian tersebut menjadi kontroversi karena makna yang disembunyikan. Tak heran jika koran, majalah atau media massa lainnya dilarang karena sampulnya. Oleh karena itu dapat dijelaskan bahwa cover merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dan memerlukan perhatian khusus.

2.1.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

Modifikasi Peneliti 2020