

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa mencakup komunikasi kepada khalayak besar yang sifatnya tetap satu arah dan heterogen yakni menyebar keberbagai masyarakat yang memiliki adat, budaya, agama yang berbeda-beda. Menurut Mc.Quail (2012:62) komunikasi massa terdiri dari lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolik kepada khalayak besar, heterogen dan sangat tersebar.

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Disamping pengirimannya menggunakan media massa, pihak penerima pesan melibatkan khalayak luas. Sehingga bila komunikasi dilakukan kepada satu orang belum bisa disebut komunikasi massa. Menurut Rakhmat (2008:188) mengemukakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang merupakan komunikasi massa.

Komunikasi massa tidak dapat berjalan dengan baik bila tidak ada media yang menyalurkannya. Media massa berperan sentral dalam masyarakat saat ini. Dimana media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik dan sebagainya. Dalam masyarakat modern, tidak ada perkara sosial yang tidak melibatkan media sehingga media massa dijadikan bisnis berpusat pada keuntungan. Sebagaimana menurut Shirley Biagi (2010:10), media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan dengan mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik dan budaya serta perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsian media massa dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

Adapun menurut Cangara (2010:126), media massa adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat komunikasi seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Berdasarkan jenisnya, media massa terbagi menjadi media massa online, media massa elektronik dan media massa cetak. Kehadiran media massa terutama pada media cetak merupakan penanda awal dari kehidupan modern sekarang ini. Berita, tajuk rencana, artikel dan lain-lain pada media cetak harus disusun sedemikian rupa sehingga mudah dicerna oleh masyarakat. Menurut Effendy (2000:313-314)

media cetak memiliki kelebihan yaitu media ini dapat dikaji ulang, didokumentasikan, dan dihimpun untuk kepentingan pengetahuan, serta dapat dijadikan bukti otentik yang bernilai tinggi.

Salah satu media cetak tersebut yang paling menarik adalah majalah karena memuat informasi secara mendalam dan tajam lengkap dengan foto yang sekakan “berbicara” kepada pembaca. Sehingga pembaca akan “dimanjakan” oleh berbagai desain dalam sebuah majalah. Sebagaimana menurut Suryawati (2011:42), majalah adalah media komunikasi yang menyajikan informasi secara dalam, tajam, dan memiliki nilai aktualitas yang lama serta menampilkan gambar atau foto yang banyak.

Dalam sebuah majalah tidak hanya memuat artikel melainkan yang berisi cerita pendek, gambar, review ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai isi dari majalah (Assegaf, 1983:127). Oleh sebab itu, majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh pembaca dalam mencari sesuatu hal yang di inginkan. Majalah tidak terbit setiap hari melainkan secara berkala dan teratur, mingguan, dwi mingguan, bulanan bahkan satu tahun sekali.

Salah satu elemen yang memiliki peran penting dalam sebuah majalah adalah keberadaan sampul. Sampul merupakan bagian muka depan majalah yang pertama kali dilirik oleh pembaca sehingga sampul di desain semenarik mungkin. Perumpaan sampul majalah dianalogikan oleh Kartiko (2014:21) sebagai etalase sebuah toko yang harus dibuat menarik agar mampu menarik pembeli untuk mengetahui isi keseluruhan dari toko tersebut. Kartiko juga menjelaskan bahwa sampul merupakan bagian dari strategi pemasaran yang tidak bisa dipandang sebbelah mata. Sehingga salah satu cara agar sampul majalah menjadi menarik adalah dengan menyajikan informasi bergambar karena lebih di sukai dari pada informasi yang hanya tulisan.

Selain itu, sampul dapat mempengaruhi pangsa pasar dimana menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk berhenti sejenak dan melihat, mengamati, hingga akhirnya untuk memutuskan untuk membeli majalah tersebut. Selain itu, sampul majalah memuat banyak gambar dan foto dimana salah satu fungsi dari sampul adalah menggambarkan isi dari sebuah majalah. Hal ini di ungkapkan oleh Wahyu (dalam Wantoro, 2013:21) yang menyatakan bahwa sampul bukan sekedar pelindung atau penghias, namun lebih pada interpretasi dan nilainya sama dengan kata pengantar.

Sampul majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan gambar dan warna yang menarik. Menarik tidaknya sampul suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau keajengan majalah tersebut dalam

menampilkan ciri khasnya (Ardianto dkk, 2007:122). Salah satu majalah yang hadir dengan sampulnya yang unik adalah Tempo. Majalah yang didirikan oleh Goenawan Mohamad dan kawan-kawannya pada tahun 1971 dengan nama Tempo.id menampilkan ilustrasi sampul yang menarik karena memiliki makna yang mendalam pada isu-isu yang dibahasnya serta dikupas dengan detail hingga ke akar permasalahannya.

Namun dibalik itu, sampul majalah Tempo sering terjadi kesalahpahaman makna di tengah masyarakat. Salah satunya majalah edisi 16-22 September 2019 berjudul “Janji Tinggal Janji” yang menggambarkan ilustrasi Jokowi dengan bayangannya yang memiliki hidung panjang bagai toko kartun Pinikio. Dikutip dari CNN Indonesia, Belasan relawan Jokowi Mania mendatangi gedung dewan pers di Kebon Sirih melakukan aksi protes karena dianggap menghina presiden sebagai simbol negara. Dalam tuntutan tersebut, Tempo diminta untuk menarik edisi majalah ini dan diminta untuk melakukan klarifikasi serta diminta untuk meminta maaf.

Bukan tak mungkin dikemudian hari terjadi kembali kesalahpahaman makna pada sampul majalah Tempo. Berdasarkan hal itu, peneliti tertarik meneliti makna dibalik majalah Tempo tersebut. Penelitian tentang makna ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang dianggap dapat memudahkan proses analisa dalam memaknai simbol atau tanda dari sampul majalah Tempo berdasar pada makna denotasi, konotasi, dan unsur mitos yang lebih mendalam dan beredar di tengah masyarakat. Sehingga diharapkan dapat membantu siapa yang membaca majalah Tempo untuk memahami makna pesan yang disampaikan.

Peneliti akan membahas tiga edisi sampul yang terdiri dari beberapa judul yaitu edisi pertama tanggal 29 Maret – 4 April 2021 berjudul “Main Politik Impor Beras” yang menggambarkan tiga orang berjas hitam layaknya seorang pejabat tengah berselancar diatas ombak yang berasal dari beras. Namun dibalik itu, tergambar tiga orang petani yang tengah ketakutan karena dikejar ombak. Ombak tersebut bagai tsunami yang akan menelannya. Ilustrasi tersebut menggambarkan bahwa pemerintah bermain politik dalam kegiatan impor beras sehingga merugikan petani.

Kemudian sampul yang kedua edisi 5-11 April 2021 berjudul “Generasi Teroris Milenial” menggambarkan seorang anggota polri tengah bermain game arcade atau game tikus tanah. Namun yang menjadi sasaran pukulan bukanlah tikus tanah melainkan dua orang berpakaian tertutup lengkap dengan senjatanya. Ilustrasi tersebut menggambarkan Polri hanya bermain-main dalam menyikapi masalah terorisme yang terjadi di Indonesia sehingga dengan mudah teroris merajalela yang bahkan melakukan aksi bom bunuh diri di kantor polres.

Berbeda dari dua sampul diatas, sampul yang ketiga edisi 19-25 April 2021 berjudul “Mimpi Bukit Algoritma” yang menampilkan ilustrasi politikus partai Demokrasi Indonesia, Budiman Sudjatmiko tengah asik berkahyal melukiskan keindahan bukit algoritma bagai film karyun Teletubbies. Ilustrasi tersebut menunjukkan politikus partai demokrasi Indonesia, Budiman Sudjatmiko ingin mendekorasi bukit Algoritma seperti Silicon Valley yang ada di Amerika Serikat. Hal tersebut dianggap hanya sebagai mimpi karena membutuhkan dana yang sangat besar.

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik meneliti dengan judul **“Analisis Semiotika Roland Barthes pada Sampul Majalah Tempo Edisi Tanggal 29 Maret – 25 April 2021”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu bagaimana makna sampul majalah Tempo pada edisi :

1. 29 Maret – 4 April 2021 berjudul “Main Politik Impor Beras”.
2. 5-11 April 2021 berjudul “Generasi Teroris Milenial”.
3. 19-25 April 2021 berjudul “Mimpi Bukit Algoritma”.

1.2 Tujuan penelitian

1.2.1 Tujuan Umum

Untuk memenuhi syarat kelulusan sebagai sarjana ilmu komunikasi di Universitas Esa Unggul Jakarta.

1.2.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan penelitian secara khusus yang telah dirumuskan peneliti yaitu untuk mengetahui analisis semiotika Roland Barthes Pada Sampul Majalah Tempo Edisi 29 Maret-25 April 2021.

1.3 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan dan pendalaman ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu jurnalistik dalam analisis semiotika terhadap media di Indonesia.

1.4.2 Secara Praktis

1. Penelitian ini mampu memberikan makna-makna yang nyata terhadap pemaknaan pada sampul majalah Tempo.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi komunikasi, terlebih Mahasiswa Universitas Esa Unggul jurusan Jurnalistik agar lebih kritis dalam melihat gambar ilustrasi yang mengandung berita.