

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia (Vera, 2015:10). Di mana komunikasi menjadi alat untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi yang di dalamnya terdapat proses pertukaran pesan yang dikirimkan oleh komunikator sebagai pengirim pesan, baik pesan yang bersifat verbal maupun nonverbal kepada komunikan sebagai penerima pesan.

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, kajian keilmuan komunikasi pun menjadi sangat beragam seperti komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi massa, dan bidang keilmuan komunikasi lainnya yang lahir sesuai kebutuhan akan ilmu yang berkembang di masyarakat.

DeFleur dan Dennis mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses komunikasi yang ditandai oleh penggunaan media bagi komunikatornya untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan terus-menerus diciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara. Baik media massa konvensional maupun media baru kini berlomba dalam menyajikan segala informasi yang dikemas sedemikian rupa, agar media tersebut mendapatkan perhatian dan kepercayaan khalayak (Halik, 2013:6).

Dalam komunikasi massa, terdapat dua jenis media, yaitu media massa konvensional seperti media cetak (majalah, koran, tabloid dan lainnya) dan media elektronik (radio, televisi dan lainnya) serta media baru (internet) (Nugroho, 2018). Walau media baru mulai menggerus eksistensi media cetak, tetapi masih banyak juga masyarakat yang menilai media cetak sebagai produk jurnalistik yang menarik, terutama majalah.

Majalah memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan media cetak lainnya, yakni informasi tersaji secara dalam, tajam, dan memiliki nilai aktualitas yang lebih lama serta memiliki penempatan tata letak (*layout*) yang menarik. Ruang yang lebih banyak dalam majalah juga mendukung adanya gambar, foto dan warna yang lebih banyak sehingga memperkuat daya tarik majalah (Kususmastuti & Diana, 2015). Tak hanya itu, ada juga cover atau sampul depan majalah yang berfungsi sebagai daya tarik tersendiri bagi majalah. Selain sebagai pemanis, sampul depan majalah juga dapat mewakili isi majalah tersebut dan berkemungkinan memiliki makna yang dapat diartikan secara luas oleh pembacanya (Widarmanto, 2017:18).

Ardianto dkk (2014:122) mengibaratkan sampul depan majalah seperti pakaian dan aksesorisnya pada manusia. Sampul depan majalah biasanya menjadi lebih menarik apabila jenis kertas sesuai dengan gambar dan komposisi warna yang telah ditentukan. Tipe majalah dan konsistensi dalam menunjukkan ciri khas majalahnya juga menentukan menarik atau tidaknya sampul depan yang dimuat.

Pandemi Covid-19 merupakan salah satu isu yang paling gencar diberitakan di berbagai macam jenis media massa. Mulai dari persoalan pandangan masyarakat terhadap Covid-19, cara penanganan pemerintah selama pandemi hingga beragam dampak yang dirasakan secara global oleh masyarakat dunia. Hal itu mendorong media massa berlomba untuk menyajikan dan mengemas informasi secara menarik, seperti ilustrasi yang dimuat oleh majalah *Tempo* dan *Gatra* pada sampul depannya. Adanya kesamaan isu sampul depan dari keduanya, menandakan bahwa isu pandemi Covid-19 ini sangat kuat pemberitaannya di media massa.

Seperti yang diketahui, pengadaan alat pelindung diri selama awal pandemi Covid-19 diduga bermasalah. Kepala Pusat Krisis Kesehatan Kementerian Kesehatan, Budi Sylvana, sebagai pejabat pembuat komitmen menunjuk perusahaan yang tak memiliki rekam jejak membuat APD. Kekisruhan itu berujung pada kelangkaan alat pelindung diri, yang diindikasikan membuat sejumlah tenaga kesehatan terpapar virus *corona*.

Majalah *Tempo* memuat isu tersebut dalam sampul depan majalahnya edisi 7-13 September 2020 yang berjudul “Untung-Buntung Pandemi”. Pada sampul depan tersebut, *Tempo* menggambarkan sekumpulan orang memakai setelan jas dan masker di hadapan seseorang yang tengah berbaring mengenakan alat pelindung diri (APD). Di antara enam orang yang mengenakan jas dan masker, hanya ada satu orang yang memakai masker medis berwarna hijau dan sosok itu terlihat seperti visualisasi dari mantan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Terawan Agus Putranto. Dalam sampul depan tersebut juga terlihat bahwa sekumpulan orang tersebut seakan-akan tengah berpesta dengan segelas minuman wine di tangannya dan terlihat tidak menerapkan sistem berjaga jarak (*social distancing*) yang seharusnya diterapkan oleh siapapun tanpa terkecuali selama masa pandemi Covid-19. Dengan judul headline “Untung-Buntung Pandemi” dan dilengkapi dengan narasi singkat, *Tempo* memilih warna hitam untuk menjadi latar belakang sampul depan majalahnya.

Tak hanya itu, isu terkait kebijakan Terawan Agus Putranto yang saat itu menjabat sebagai Menteri Kesehatan juga menjadi polemik. Setiap kebijakan yang ia buat banyak menuai kontroversi karena pernyataannya kerap kali blunder. Seperti *Tempo*, majalah *Gatra* juga turut mengilustrasikan isu pandemi Covid-19 pada sampul depan majalahnya.

Pada edisi 3-9 September 2020 yang berjudul “Komplikasi Kebijakan Terawan”, *Gatra* menjadikan mantan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Terawan Agus Putranto sebagai tokoh utama dalam ilustrasi sampul depannya. Sosok Terawan digambarkan dengan balutan kemeja berwarna putih dan mengenakan masker medis berwarna hijau. Selain itu, Terawan juga tampak sedang kebingungan atau sedang berpikir dengan posisi tangan yang menopang kepalanya dan ekspresi mengerutkan alis dan kening yang digambarkan oleh *Gatra*. Pada sampul depan juga terdapat judul headline “Komplikasi Kebijakan Terawan” dengan dilengkapi narasi singkat dan latar belakang berwarna hijau.

Dalam ilmu komunikasi, ilustrasi pada sampul depan majalah *Tempo* dan *Gatra*, bukan hanya sebuah desain visual belaka. Namun ada pesan tersembunyi yang ingin disampaikan kepada para pembaca. Maka dari itu perlu adanya analisis semiotika untuk mengungkapkan makna yang terkandung pada sebuah sampul depan majalah.

Semiotika merupakan ilmu tanda. Wibowo (2013:9) menyatakan semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial, memahami dunia sebagai suatu sistem hubungan yang memiliki unit dasar dengan “tanda”. Charles Sanders Peirce berpendapat semiotika adalah studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, yakni cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Peirce dikenal dengan model triadik dan konsep trikotominya yang terdiri atas *sign*, *object* dan *interpretant* (Vera, 2015:2,21-26).

Ilustrasi pada sampul depan majalah *Tempo* yang berjudul “Untung-Buntung Pandemi” dan *Gatra* dengan judul “Komplikasi Kebijakan Terawan”, tentu memiliki alasan khusus yang memenuhi persyaratan sebagai pengisi sampul depan. Di mana ilustrasi pada sampul depan majalah *Tempo* dan *Gatra* mengandung makna yang sangat kuat dan mampu mempengaruhi sudut pandang khalayak, terutama para pembacanya. Sebab keberagaman pembaca dalam menafsirkan sebuah ilustrasi dapat menimbulkan perspektif tersendiri.

Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti menilai sampul depan majalah *Tempo* edisi 7-13 September 2020 dan *Gatra* edisi 3-9 September 2020 memiliki makna yang sangat kuat dan layak untuk dianalisis lebih dalam. Dengan menggunakan model semiotika Peirce, peneliti akan membahas tanda-tanda pada sampul depan majalah *Tempo* dan *Gatra* yang terdiri atas *sign*, *object* dan *interpretant*.

Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini peneliti tertarik mengambil judul “**Analisis Semiotika Peirce Sampul Depan Majalah *Tempo* Edisi 7-13 September 2020 dan *Gatra* Edisi 3-9 September 2020**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya, peneliti merumuskan masalah tentang apa makna dari sampul depan majalah *Tempo* edisi 7-13 September 2020 dan *Gatra* edisi 3-9 September 2020.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan antara lain untuk mengetahui makna yang terkandung pada sampul depan majalah *Tempo* edisi 7-13 September 2020 dan *Gatra* edisi 3-9 September 2020.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya di bidang Jurnalistik yang tertarik dengan penelitian metode analisis semiotika, khususnya model Charles Sanders Peirce.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi serta masukan bagi para wartawan, ilustrator majalah dan pekerja profesional media massa khususnya Majalah *Tempo*.