



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 6026-6042

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Semiotika: Pemaknaan Komunikasi Visual Pada Poster Iklan Layanan Masyarakat Di Media Digital

Hendra Batubara<sup>1✉</sup>, Siti Rukiyah<sup>2</sup>, Puspa Indah Utami<sup>3</sup>

Universitas PGRI Palembang

Email: [hendrabatubara050588@gmail.com](mailto:hendrabatubara050588@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Analisis semiotik adalah metode yang digunakan untuk menemukan dan menganalisis simbol atau tanda dalam teks secara sistematis. Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan semiotik untuk mengungkap makna kontekstual dari bahasa visual dalam poster iklan layanan masyarakat di media digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa makna dalam sebuah karya tidaklah statis, tetapi terkait dengan sistem tanda yang melekat dalam desain komunikasi visual. Semiotika digunakan untuk memahami tanda visual seperti gambar, foto, simbol, warna, dan tanda verbal dalam teks visual. Keduanya menjadi penting dalam memahami makna, baik yang tersurat maupun tersirat, dalam poster iklan layanan masyarakat di media digital.

Kata Kunci: *Komunikasi, Visual, Media Digital, Poster Iklan*

### Abstract

Semiotic analysis is a method used to systematically discover and analyze symbols or signs within text. In this research, a qualitative descriptive method with a semiotic approach is employed to uncover the contextual meaning of visual language within public service advertisement posters in digital media. The analysis results indicate that the meaning within a work is not static but rather associated with the sign system inherent in visual communication design. Semiotics is utilized to comprehend visual signs such as images, photographs, symbols, colors, and verbal signs within visual text. Both are crucial in understanding the explicit and implicit meanings within public service advertisement posters in digital media.

Keywords: *Communication, Visual, Digital Media, Advertisement Poster*

## PENDAHULUAN

Bahasa, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Online), adalah alat komunikasi yang terorganisasi dalam bentuk satuan-satuan seperti kata, kelompok kata, klausa, dan kalimat, yang digunakan baik secara lisan maupun tulisan. Tanpanya, manusia tak bisa berkomunikasi atau bersosialisasi (Kenneth Burke dalam Foss, 2005). Bahasa juga berperan sebagai wadah untuk menyampaikan maksud dan tujuan, serta sebagai indikator ketepatan komunikasi dan tata bahasa. Penggunaan bahasa baku mempermudah pembaca. Manusia, sebagai makhluk sosial, secara tidak sadar menggunakan tanda dalam interaksi sosial, baik secara verbal, non-verbal, atau dengan elemen visual. Simbol tidak hanya terbatas pada ungkapan verbal, tapi juga ada dalam berbagai sistem simbol manusia seperti matematika, musik, seni, dan sebagainya (Andriani dkk, 2022).

Analisis semiotik bertujuan untuk menemukan atau menganalisis simbol atau tanda dalam teks dengan sistematis. Semiotik dikenal dengan istilah tanda, yaitu sesuatu yang menggambarkan sesuatu yang lain. Terdapat dua macam tanda yaitu berupa ekspresi seperti kata, suara, simbol, dsb dan macam lainnya yaitu berupa konten. Terdapat beberapa contoh penerapan teknik ini seperti analisis semiotika pada media massa, analisis semiotika pada film, dan analisis semiotika pada musik dan lain-lain (Khasanah, 2022)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (*Online*), bahasa visual yaitu sistem komunikasi yang menggunakan lambang dan variasi warna, bentuk, gerakan, dan sebagainya yang ditampilkan dalam desain, tata letak dan pemaparan acuan kerja. Salah satu terciptanya elemen visual yaitu berupa tanda dalam bahasa rupa yang merupakan wujud lambang dari bahasa visual. Dalam hal ini, unsur-unsur visual tentunya dapat dilihat oleh indra dan memiliki makna serta relasi terhadap tanda-tanda yang dihadirkan. Desain komunikasi visual adalah sebuah perencanaan untuk berkomunikasi secara visual, yang artinya desainer bekerja dalam membuat sebuah proses komunikasi dengan visual. Kenapa perlu didesain? Tentunya agar pesan yang ingin disampaikan dapat disampaikan dengan baik dan dapat dipahami dengan tepat kalau bisa seefisien mungkin (khususnya ketika terdapat limitasi-limitasi). Lalu bagaimana cara berkomunikasi secara visual? Yaitu dengan tulisan atau pun dengan gambar, atau dalam obyek-obyek yang bisa dipahami secara visual (Hananto, 2017).

Menurut Gunala dan Hasbullah (2020) keberadaan sebuah karya desain dapat dimaknai sebagai representasi pedesain terhadap dunia luar yang bersentuhan langsung dengan dirinya maupun tanggapan-tanggapannya terhadap lingkungan sekitarnya dan yang sedang dialami. Daya sensitifitas setiap pedesain sebagai pencipta karya dalam merespon fenomena sosial menjadi menarik untuk ditelusuri untuk mencari makna terhadap karya-

karya tersebut, dalam hal ini melalui media iklan, yaitu poster. Poster adalah media publikasi yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat. Poster juga termasuk karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar (Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Online*). Informasi yang ada pada poster umumnya bersifat mengajak, menghimbau bahkan mengingatkan masyarakat tentunya dibalik itu memiliki makna atau pesan yang akan disampaikan oleh pembuatnya. Poster dianggap sebagai media persuasi yang memiliki peranan penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat melalui bahasa visual yang dihadirkannya baik secara cetak maupun digital. Namun, disisi lain, masih banyak kalangan masyarakat yang masih ambigu akan memahami pesan yang disampaikan melalui komunikasi visual tersebut.

Hal inilah yang menjadi alasan penulis tertarik meneliti pemaknaan komunikasi visual pada poster iklan layanan masyarakat di media digital melalui analisis semiotika. Analisis semacam ini, diharapkan mampu memberikan kontribusi pemahaman di lingkungan akademis akan pentingnya peran semiotika dalam bidang visual seni rupa dan desain. Gagasan penelusuran makna dalam sebuah desain poster iklan menggunakan karya beberapa pelajar dan mahasiswa yang menjadi objek analisis dalam tulisan ini. Fokus kajian karya poster yaitu iklan layanan masyarakat dengan tema "dampak dari sedang dan sesudah pandemi covid-19". Sebagai alat kajian dalam analisis ini, penulis menggunakan pendekatan teoritis ilmu semiotik. Ilmu ini, berorientasi pada tanda-tanda visual yang dihadirkan dalam bahasa verbal yang berelasi dengan makna, baik makna sebenarnya (konotasi) maupun makna kiasan (denotasi) yang digunakan. Secara khusus kajian ini menganalisis sistem tanda meliputi objek, sistem dan makna.

Berlandaskan hal tersebut penelitian dengan judul *Analisis Semiotika: Pemaknaan Komunikasi Visual Pada Poster Iklan Layanan Masyarakat Di Media Digital* merumuskan masalah sebagai berikut. "Bagaimanakah pemaknaan komunikasi visual pada poster iklan layanan masyarakat di media digital melalui analisis semiotik?". Berlandaskan dari rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui pemaknaan komunikasi visual pada poster iklan layanan masyarakat di media digital melalui analisis semiotik.

## METODE PENELITIAN

Menurut Hariwijaya (2008) menyatakan penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2007), mendefinisikan "metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data

deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati". Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini ialah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan semiotik. Analisis semiotik digunakan dalam upaya mengungkap makna kontekstual dari tekstual yang dihadirkan melalui bahasa visual. Dalam teori semiotika dikenal istilah interpretasi pada aspek kode semantik, sintagmik dan pragmatik. Cakupan tiga tahap semiotika kemudian dikembangkan sebagai tahap inti dalam menemukan makna simbolik dengan istilah makna denotasi dan makna konotasi dari Roland Barthes.

Sudaryanto (1990) menyatakan bahwa sumber data dibedakan menjadi dua jenis yakni sumber substantif dan lokasional. Sumber substantif berkaitan dengan pertanyaan "dari apa" dan sumber lokasional berkaitan dengan "dari mana". Sumber substantif penelitian ini berasal dari komunikasi visual baik berupa kata, gambar, simbol, lambang dan tanda yang ada pada poster iklan layanan masyarakat di media digital.

Sedangkan sumber lokasional berupa sebuah desain poster karya beberapa pelajar dan mahasiswa yang terpublis di media digital, karya poster iklan layanan masyarakat dengan tema "dampak dari ketika terjadi dan setelah saat pandemi covid-19". Data Penelitian ini berorientasi pada tanda-tanda visual yang dihadirkan dalam bahasa verbal yang berelasi dengan makna (konotasi dan denotasi) yang digunakan di dalam poster, meliputi objek, sistem dan makna. Pengumpulan data ialah suatu kegiatan yang meliputi pengamatan variabel yang akan diteliti dengan wawancara, observasi dan kusioner guna memperoleh informasi sebagai dokumen hasil penelitian (Arikunto, 2010).

Dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode yang berbeda. Pertama, dengan melakukan observasi, yaitu dengan mengamati objek penelitian secara langsung menggunakan indra. Kedua, melalui wawancara, di mana penulis bertindak sebagai pewawancara dan mewawancarai enam orang secara acak. Ketiga, menggunakan metode dokumentasi, dengan mengumpulkan dokumen seperti buku harian, surat-surat, dan foto iklan layanan masyarakat dari media digital. Terakhir, studi literatur, dengan mencari dan mengumpulkan literatur terkait semiotika, pemaknaan, komunikasi visual, poster, dan iklan layanan masyarakat di media digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Semiotika dan Tanda

Semiotika biasanya dimaknai sebagai pengkajian tanda-tanda (*the study of signs*), pada dasarnya merupakan studi atas kode-kode, yaitu sistem apa pun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai sesuatu yang bermakna. Pengembangan

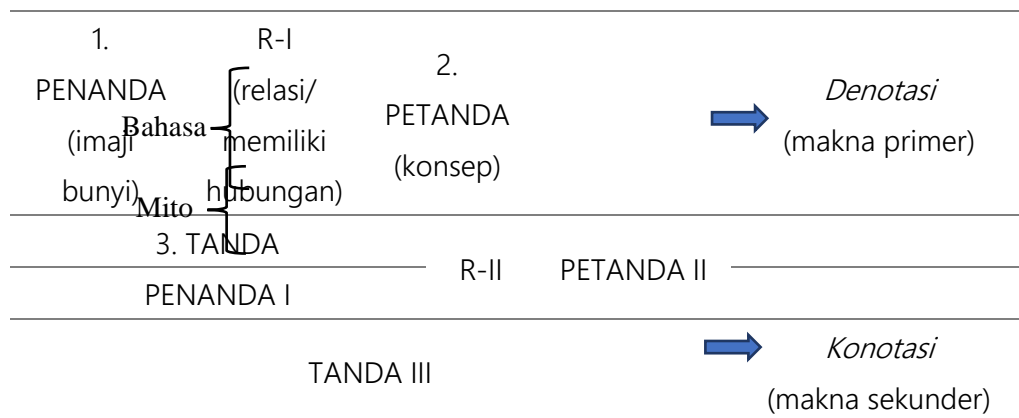
gagasan dalam ilmu semiotika seiring waktu tetap berkembang, dari pemikir satu kepemikir yang lainnya. Salah satunya ialah Charles S. Peirce. Bagi Charles S. Peirce, mengemukakan semiotika tidak lain dari nama sebuah logika, yakni doktrin formal tentang tanda-tanda. Pandangan logika dalam ilmu semiotika seperti diungkapkan Pierce memiliki posisi penting. Karena melalui tanda-tanda yang ada, manusia diajak untuk berpikir dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh semesta. Bagi Pierce (dalam Gunala dan Hasbullah, 2020) tanda-tanda berkaitan erat dengan objek-objek yang menyerupainya. Keberadaannya memiliki hubungan sebab akibat dengan tanda-tanda atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut. Gagasan pemikiran Pierce dalam ilmu semiotik dikenal dengan sistem "Triadik (segitiga makna) Pirece" yang terdiri dari: *interpretan*, *representamen* dan *object* (Budiman, 2011).

Selain Peirce, dalam ilmu semiotika dikenal juga istilah semiologi yang dipopulerkan oleh Ferdinand de Saussure. Semiologi dimaknai sebagai suatu ilmu umum tentang tanda-tanda dalam masyarakat (Kaelan, 2009). Ferdinand de Saussure (dalam Gunala dan Hasbullah, 2020) mendefinisikan semiotika atau semiologi di dalam *Course in General Linguistics*, sebagai "Ilmu yang mengkaji tentang peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial." Dalam definisi tersebut terdapat sebuah relasi, bahwa tanda merupakan bagian dari kehidupan sosial, tanda juga merupakan bagian dari aturan-aturan sosial yang berlaku. Ada sistem tanda (*sign system*) dan ada sistem sosial (*social system*), yang keduanya saling berkaitan. Dalam hal ini Saussure (dalam Gunala dan Hasbullah, 2020) berbicara mengenai konvensi sosial, yaitu pemilihan, pengkombinasian dan penggunaan tanda-tanda dengan cara tertentu, sehingga ia mempunyai makna dan nilai sosial.

Pengembangan gagasan ilmu semiotika juga menjadi bagian pemikiran Roland Barthes. Ia mempunyai pandangan kedudukan linguistik sebagai bagian dari semiotik. Menurutnya, semiotik merupakan bagian dari linguistik karena tanda-tanda dalam bidang lain tersebut dapat dipandang sebagai bahasa yang mengungkapkan gagasan yang bermakna yang tersusun dari penanda petanda. Di dalam Gunala dan Hasbullah (2020), pandangan Barthes sistem pemaknaan terdiri dari dua pokok, yaitu makna denotasi dan makna konotasi. Denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna, sedangkan konotasi lebih dari itu. Terdapat sebuah keterkaitan dalam pandangan tiga pemikir tentang semiotik, yaitu bahwa ilmu semiotika mengkaji tentang tanda-tanda atau lebih tepatnya relasi atas sebuah tanda. Yang menjadi titik fokus dari kajian semiotika bukan pada tanda semata, namun lebih pada relasi tanda-tanda tersebut dengan maknanya.

## Sistem Makna Denotasi, Konotasi dan Metabahasa

Semiotika sebagai ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda, memandang bahasa visual sebagai pembangkit makna dalam pesan. Makna bukanlah konsep mutlak dan statis yang bisa ditemukan dalam sebuah karya. Namun makna merupakan sebuah konsep yang bersifat arbitrer yang terdiri dari penanda dan petanda. Relasi penanda dan petanda dalam ilmu semiotika, dalam tataran bahasa (*language*) sistem semiologi lapis pertama, penanda-penanda berhubungan dengan petanda-petanda sedemikian rupa hingga menghasilkan tanda. Selanjutnya, didalam tataran mitos sistem semiologi lapis kedua, tanda-tanda pada tataran pertama tadi menjadi penanda-penanda yang berhubungan lagi dengan tanda dan petanda. Proses signifikasi berlapis ini digambarkan melalui konseptual yang lebih familiar yaitu denotasi dan konotasi (Barthes, 2012). Lebih jauh lagi terhadap gagasan ini, Rolan Barthes membuat sekema seperti di bawah ini.



Gambar 3.1 Signifikasi Sistem Tanda dan Petanda (Barthes, 2012)

Terkait kedalaman ilmu semiotika dalam pandangan Barthes, menerangkan bahwa proses signifikasi berlapis dalam ilmu semiotika digambarkan melalui perangkat konseptual yang lebih familiar, yakni denotasi dan konotasi. Pertama Barthes membedakan lapis ekspresi (E) dari lapis isi (C) yang dipinjam dari Hjelmslev, sebagai pengganti konsep-konsep penanda dan petanda yang digagas Saussure. Lapis ekspresi dan isi saling berelasi (R) sehingga menghasilkan signifikasi. Sistem pemaknaan tingkat pertama pada tataran ini pada gilirannya hanya akan menjadi sebuah unsur saja dari sistem tingkat kedua (Budiman, 2011). Dengan kata lain bahwa sistem denotasi memiliki muatan makna hanya sebatas penggambaran tanda dan petanda.

Denotasi merupakan pesan harfiah melalui citra yang berfungsi untuk menaturalkan pesan simbolik. Sedangkan konotasi dapat dimaknai sebagai pesan tanda atau simbol yang keberadaanya didasarkan atas kode budaya tertentu. Kenyataan tersebut kerap

dihubungkan dengan visual yang menghasilkan hal-hal terlihat dengan indera yang sebatas tekstual (Barthes, 2012).

Selain denotasi dan konotasi dalam tatanan simbolik menurut Barthes, ada satu bentuk penandaan yang disebut sebagai mitos. Mitos adalah sebuah kisah yang melaluinya, sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek dari realitas (Fiske dalam Andrian, 2017). Mitos membantu kita untuk memaknai pengalaman-pengalaman kita dalam satu konteks budaya tertentu. Barthes berpendapat bahwa mitos melakukan naturalisasi budaya. Dengan kata lain, mitos membuat budaya dominan, nilai-nilai sejarah, kebiasaan dan keyakinan yang dominan terlihat natural, abadi, masuk akal, objektif dan benar bicara apa adanya.

Selain itu, menurut Sobur (dalam Andrian, 2017) selain denotasi dan konotasi tatanan pertanda Barthes (*Order of signification*) terdiri dari metafora, simile, metonimi, sinekdok.

- a. Metafora. Mengkomunikasikan dengan analogy. Misalkan menganalogi sesuatu identitas, yaitu: "Cintaku adalah Mawar Merah" kata tersebut mengartikan "Mawar Merah" digunakan untuk menganalogikan cinta.
- b. Simile. Subkategori metafir dengan menggunakan kata-kata "seperti". Misalkan metafora berdasarkan identitas, sedangkan simile berdasarkan kesamaan. Jika dalam kalimat dicontoh sebagai berikut: "Mereka berdua seperti Pinang dibela dua".
- c. Metonimia, majas menggunakan benda dalam kalimat , mengemukakan sesuatu untuk menggantikan sifat, nama atau sesuatu yang menjadi ciri khas dari benda tersebut. Contohnya: "Kapal Api memang nikmat, apalagi dinikmati ketika masih panas".
- d. Sinekdok. Sub kategori metomoni yang memberikan makna "keseluruhan" atau sebaliknya. Artinya sebuah bagian digunakan untuk mengasosiasikan keseluruhan bagian tersebut. Contoh: "Batang hidungnya tidak muncul juga hingga hari ini". Artinya: dalam hal ini kata 'batang hidung' merujuk pada individu secara keseluruhan.

## Analisis Pemaknaan dalam Karya Desain Komunikasi Visual

### 1. Tetap Jaga Jarak



Gambar 3.2 Poster Berjudul: *"Tetap Jaga Jarak"* karya Alif Sholihin (Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta).

Tanda verbal berupa teks dalam bentuk dialog antara dua orang dengan bunyi, "Tokoh pertama: "Selamat beribadah puasa, Bunga". Tokoh kedua: " Oke. Tetap jaga jarak aman dan pakai masker ya Bung!". Tipografi tanda verbal menggunakan jenis huruf Calibri (Body). Jenis huruf ini merupakan jenis huruf semi formal, meski santai dan fleksibel memiliki kesan tegas.

Tanda visual berupa selembur uang kertas dengan pecahan seratus ribu rupiah yang sedikit terlipat dengan sentuhan editing terlihat dua sosok tokoh yang ada di dalam pecahan uang tersebut sedang melakukan percakapan disuasana Ramadhan meskipun terpisah jarak. Sebagai background, warna merah dengan gradasi warna orange dan putih yang menyiratkan kondisi yang terjadi saat itu sedang dalam keadaan terkena wabah pandemi covid-19. Tanda visual lainnya berupa logo di pojok atas kiri, di bagian kiri pertama logo UNS menandakan logo penyelenggara kegiatan/ lomba dalam hal ini Universitas Negeri Surakarta Sebelas Maret. Sedangkan bagian kiri kedua yaitu logo asal Universitas peserta lomba.

Pada poster ini jika ditinjau dari hubungan antara tanda verbal dan citra visual, dibuat sebagai bentuk kritik kondisi sosial yang terjadi di Indonesia saat wabah pandemi covid-19, yang dalam hal ini disimbolkan kaum mayoritas (muslim). Dalam menjalani ibadah puasa saat bulan Ramadhan, bahwa Pemerintah menghimbau dan membatasi untuk melakukan interaksi secara langsung antar sesama hal ini dibatasi oleh jarak dengan tujuan agar mengurangi penyebaran wabah di Indonesia. Jika berpergian, bertemu dengan orang

lain dianjurkan untuk selalu mengenakan masker dan menjaga jarak antara satu sama lainnya.

Maka sang pembuat karya komunikasi visual ini mengisyaratkan bahwa dalam kondisi pandemi meski berinteraksi dibatasi, agar jalinan silaturahmi tetap terjaga solusi yang efektif yaitu komunikasi memanfaatkan fasilitas media sosial. Sehingga himbauan pemerintahpun dapat dijalankan oleh segenap lapisan masyarakat.

## 2. Jangan Biarkan!



Gambar 3.3 Poster Berjudul: *"Jangan Biarkan Mereka Berhenti Hanya Karena Corona"* karya Peserta No. Urut 33 Lomba Inovasi Digital Mahasiswa (LIDM) Tahun 2020.

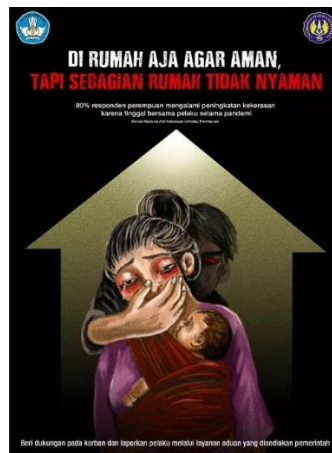
(Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)

Tanda verbal dalam poster ini lebih dominan, terdiri dari beberapa posisi peletakan teks, meliputi: bagian pembuka: *"masa depan mereka bukan di atas berita corona"*. Bagian judul: *"JANGAN BIARKAN MEREKA BERHENTI HANYA KARENA CORONA"*. Bagian penutup: *"Seragam dan Keluarga Akan Menjadi Saksi Mereka Untuk Generasi Emas Indonesia"*. Tipografi tanda verbal menggunakan jenis tulisan Times New Roman pada bagian pembuka dan penutup, jenis huruf ini sangat cocok karena memiliki karakteristik jelas dan lugas. Sedangkan bagian judul menggunakan jenis huruf Bronx BS agar terkesan horor pada karya poster yang disajikan.

Tanda visual nampak seorang pelajar mengenakan seragam sekolah yang terkena bercak noda sedang tergeletak di atas tumpukan koran. Hitam putih sebagai pilihan warna untuk menampilkan kondisi yang ingin disampaikan dalam hal ini, hitam putih mewakili kondisi terpuruk atau suram. Tanda visual lainnya berupa logo di pojok atas kanan dan kiri, di bagian kiri logo Tut Wuri Handayani menandakan logo penyelenggara kegiatan/ lomba LIDM dalam hal ini Kementerian Pendidikan Nasional. Sedangkan bagian kanan logo asal Universitas peserta lomba. Pada poster ini kreator menyampaikan sebuah kondisi pendidikan di masa pandemi covid-19 yang menerpa Indonesia sangat begitu terpuruk.

Karena sistem pendidikan di penjuru Indonesia sempat terombang-ambing, terlebih Indonesia belum siap menghadapi kondisi yang menerpa dengan menjalankan pelaksanaan pendidikan jarak jauh (sistem *online/* daring) baik itu dilaksanakan pendidik maupun peserta didik. Sehingga menyebabkan berbagai unit satuan pendidikan stakan dalam menjalan proses kegiatan belajar mengajar. Dengan adanya poster ini, sebagai kritikan keras bagi seluruh elemen tanpa terkecuali sehingga jangan terlena dengan kondisi yang terjadi, terlebih pada lini pendidikan yang sewajibnya menjadi perhatian besar bagi kemajuan negara.

### 3. Di Rumah *Aja*



Gambar 3.4 Poster Berjudul: *“Di rumah Aja Agar Aman, Tapi Sebagian Rumah Tidak Nyaman!”* karya Peserta No. Urut 31 Lomba Inovasi Digital Mahasiswa (LIDM) Tahun 2020. (Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)

Tanda verbal pada poster ini porsi kata-kata yang tertuang agak banyak, dengan komposisi, judul poster: “DI RUMAH AJA AGAR AMAN, TAPI SEBAGIAN RUMAH TIDAK NYAMAN”. Kalimat Penjelas Judul: “80% responden perempuan mengalami peningkatan kekerasan karena tinggal bersama pelaku selama pandemi (Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan)”. Kalimat ajakan: “Beri dukungan pada korban dan laporkan pelaku melalui layanan aduan yang disediakan pemerintah”. Pada karya ini, tipografi yang digunakan dua jenis huruf yaitu Arial dan Eras Bold ITC. Kedua jenis huruf tentunya memiliki karakter yang berbeda. Pada kalimat penjelas pada poster lebih menggunakan huruf Arial agar lebih terlihat tegas sebagai tanda verbal sub judul (penjelas dan ajakan). Sedangkan pada bagian judul menggunakan huruf Eras Bold ITC dimaksudkan agar dapat mendukung objek poster (lukisan/ gambar/ ilustrasi) sehingga memunculkan kesan dramatis.

Tanda visual, terlihat seorang ibu sedang menitikkan air mata dan menggendong anaknya yang sedang mendapat perlakuan tindak kekerasan oleh suaminya sendiri dengan posisi menutup mulut sang istri yang berada dibelakangnya. Latar rumah secara simbolik

menandakan bahwa perlakuan tersebut kerap dilakukan di dalam rumah. Warna Hitam sebagai background dominan menandakan kondisi yang terjadi baik di luar maupun di rumah terasa gelap hingga membuat tidak ada pilihan bagi seorang perempuan untuk menjalani aktivitasnya di kondisi pandemi covid-19. Tanda visual lainnya berupa logo di pojok atas kanan dan kiri, di bagian kiri logo Tut Wuri Handayani menandakan logo penyelenggara kegiatan/ lomba LIDM dalam hal ini Kementerian Pendidikan Nasional. Sedangkan bagian kanan logo asal Universitas peserta lomba.

Citra visual pada poster ini, menjadi sebuah kekhawatiran akan tindak kekerasan di rumah tangga. Pada kondisi pandemi covid-19 yang membatasi setiap lapisan masyarakat tanpa terkecuali untuk tidak melakukan aktivitas di luar rumah dengan harapan agar aman. Dalam hal ini, kalangan masyarakat menengah ke bawah dalam mencari rejeki tentunya kategori serabutan (tidak menentu), jika hal tersebut dibatasi maka pemenuhan kebutuhan di dalam rumah tangga tersebut akan terhenti. Secara normal jika perempuan (istri/ ibu) seharian bersama sang suami di rumah harusnya aman. Namun, tidak menjadi aman jika kondisi ekonomi yang tidak mendukung. Tentunya bukan keharmonisan yang terjalin tetapi pertengkaran dan berakhir tindak kekerasan yang terjadi di rumah tangga, tentunya faktor ekonomi dan lingkunganlah yang memicu kondisi tersebut.

Maka, dalam hal ini pendesain melalui karyanya secara bersama-sama mengajak untuk saling mengingatkan karena kita tidak tahu siapa yang akan menjadi pelaku maupun korban. Maka jika disekitar kita ada kejadian tindak kekerasan kita harus sesegera mungkin memberikan dukungan kepada korban berupa semangat, dukungan dan perlindungan agar korban memiliki keberanian melaporkan pelaku sehingga dengan cepat memutuskan rantai tindak kekerasan di dalam rumah tangga.

#### 4. *We Can Do It!*



Gambar 3.5 Poster Berjudul: "*We can do it!*" karya Peserta No. Urut 02 Lomba Inovasi Digital Mahasiswa (LIDM) Tahun 2020. (Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)

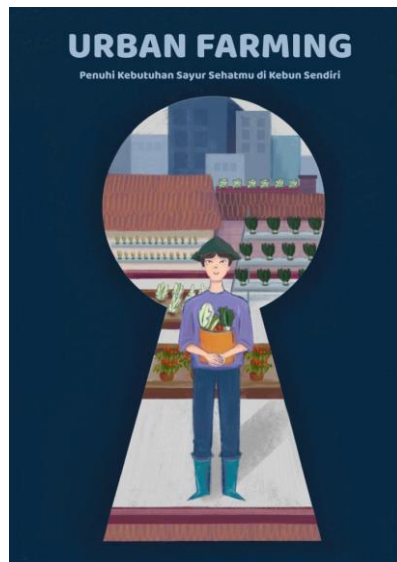
Selanjutnya, tanda verbal pada poster ini, berbunyi "*WE CAN DO IT!*". Tanda verbal "*We Can Do It!*" jika dialihkan dalam bahasa Indonesia berarti "kita bias melakukannya" ini mengacu pada ajakan pada usaha bahwa perempuan mampu dan bisa melakukan sesuatu baik menghadapi maupun mengatasi kondisi yang sedang terjadi (Pandemi Covid-19). Penggunaan bahasa asing (bahasa Inggris) dalam konteks bahasa dalam karya poster ini, mungkin desainer mengacu pada masyarakat global bukan semata masyarakat yang ada di Indonesia saja. Sedangkan tanda verbal lainnya terlihat pada pojok kiri bawah bertuliskan "#LIDM2020" sebagai tanda akronim nama kegiatan yang diikuti. Pada poster ini tipografi yang digunakan yaitu jenis huruf Arial yang dimodifikasi sehingga memiliki kesan yang menarik sehingga menjadi satu kesatuan dan selaras dengan konsep visual yang dibuat.

Tanda visual terfokus pada gambar atau ilustrasi sosok 4 (empat) orang perempuan dengan mewakili berbagai profesi yang digeluti oleh perempuan, mulai dari sebagai ibu rumah tangga, seorang desainer, pekerja kesehatan bahkan sampai pekerjaan kasar (buruh). Sekilas background pada poster terlihat bagai serpihan sinar matahari yang menyinari dengan warna merah sebagai tanda semangat yang tinggi untuk tetap ada dan tidak berhenti untuk melakukan sesuatu bagaikan matahari yang setiap hari konsisten tak henti menyinari agar memiliki manfaat bagi bumi. Tanda visual lainnya berupa logo di pojok atas kanan dan kiri, di bagian kiri logo Tut Wuri Handayani menandakan logo penyelenggara

kegiatan/ lomba LIDM dalam hal ini Kementerian Pendidikan Nasional. Sedangkan bagian kanan logo asal Universitas peserta lomba.

Jika mengacu pada sejarah, pemilihan kata "*We Can Do It!*" diadopsi dari sebuah poster propaganda masa perang di Amerika yang diproduksi oleh J. Howard Miller pada tahun 1943 untuk Westinghouse Electric sebagai sebuah gambar inspirasional untuk meningkatkan semangat buruh wanita. Jika disinkronisasikan dengan poster di atas, kemungkinan sang pembuat bermaksud sama namun dalam hal ini mengajak kaum perempuan/ wanita di Indonesia dalam konteks memerangi atau menghadapi keadaan pandemi covid-19. Sehingga dibuatnya poster ini bertujuan sebagai pemantik semangat kaum perempuan era saat ini yang profesinya bukan sekedar buruh maupun ibu rumah tangga semata untuk tidak hanya diam saja dalam menyikapi keadaan yang menerpa Indonesia, yaitu melakukan pergerakan melalui profesi yang ditekuni.

### 5. *Urban Farming*



Gambar 3.6 Poster Berjudul: "*Urban Farming*" karya Saniyah Azzaliyah Putri (Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur).

Penggunaan bilingual sebagai tanda verbal pada karya poster ini, meliputi: "*URBAN FARMING*" sebagai judul dan sebagai penjelas atau keterangan judul dengan bunyi "Penuhi Kebutuhan Sayur Sehatmu di Kebun Sendiri". Tanda verbal "*Urban Farming*" sebagai bahasa verbal kedua (bahasa Inggris) dipilih tentu bukan tidak ada alasan. Selain sebagai medium pada masyarakat global, kata tersebut simbol akan kondisi keadaan perkotaan yang disimbolkan dengan penggunaan bahasa asing. Tipografi pada karya ini menggunakan jenis huruf Arial Rounded MT Bold baik penggunaan tanda verbal pada judul maupun

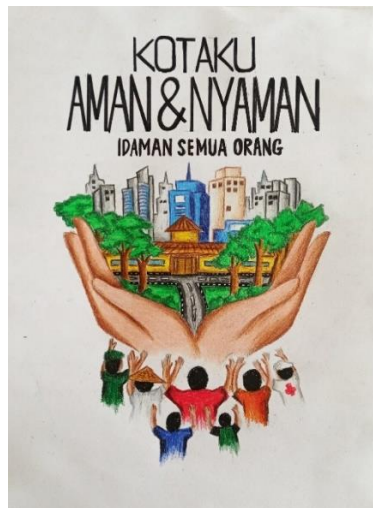
keterangan judul. Jenis tulisan ini dipilih pedesain agar memiliki kesan tegas pada seruan isi poster yang dibuat.

Tanda visual, sekilas terlihat seolah-olah sebuah rongga kunci pintu rumah yang didalamnya nampak seorang bertopi, mengenakan sepatu bot berdiri didepan sebuah ragam media bercocok tanam beserta tanamannya yang sedang memegang sekeranjang aneka ragam sayuran. Warna biru dongker memenuhi media persegi penjang pada poster sebagai tanda sebuah pintu rumah.

Menyikapi kondisi global terkini yang tak menentu ditambah lagi tidak dapat dikendalikan. Hari-hari ini kita sering kali mendengar pemberitaan soal berita bahan makanan yang kesemuanya tidak dihasilkan lagi melalui proses bercocok tanam tapi dibuat dengan kecanggihan teknologi dan bahan kimia, tentunya jika hal ini dikonsumsi berdampak negatif pada kesehatan tubuh. *Urban farming* sebuah konsep isu dalam meminimalisir keadaan yang terjadi di daerah perkotaan berupa kegiatan budidaya tanaman atau memelihara hewan ternak di dalam dan di sekitar wilayah kota besar (metropolitan) atau kota kecil untuk memperoleh bahan pangan atau kebutuhan lain dan tambahan finansial.

Hubungan antara teks verbal dan citra visual pada poster ini, makna tersirat yang dapat kita ambil yaitu ajakan kepada masyarakat luas, meski sudah tidak ada lahan untuk bercocok tanam hal tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan *space* berupa ruang terbuka yang ada di rumah agar menjadi lahan hijau baik dengan konsep *hidroponik* atau menggunakan media lainnya untuk menghasilkan produk pertanian. Jika kita membuat kebun sendiri di rumah, selain dapat mengkondisikan keadaan ekonomi rumah tangga, tentunya kebutuhan sayuran yang sehat dan aman dapat terpenuhi yang pastinya untuk dikonsumsi sendiri.

## 6. Aman dan Nyaman



Gambar 3.7 Poster Berjudul: *"Kotaku Aman & Nyaman Idaman Semua Orang"* karya Ahmad Jamaludin Al Habsi (Siswa SMK Negeri 2 Demak).

Tanda verbal dalam poster ini *"KOTAKU AMAN & NYAMAN IDAMAN SEMUA ORANG"*. Sedangkan tanda visual, berupa kedua telapak tangan yang sedang memopong sebuah bentuk kota yang ideal. Tipografi dalam poster ini dibuat dengan tangan namun secara jenis tulisan hampir mendekati jenis huruf Arial. Agar mendapatkan kesan estetik pembuatan tanda verbal dibuat bervariasi, dari segi ukuran dan ketebalan huruf agar terkesan lugas dan tegas sehingga dalam penyampaian judul poster yang dibuat pembaca dengan mudah memahami maksud dari tulisan.

Tanda visual lain yang dapat kita lihat dalam karya ini ialah sekumpulan orang yang sedang mengangkat kedua tangannya bagai menengadahkan penuh harapan kepada sang pencipta agar dapat mengabulkan segala permintaannya untuk memberikan sebuah karunia sebuah tatanan kehidupan yang ideal sesuai harapan setiap manusia. Dalam hal ini diberikannya sebuah kondisi kota yang aman dan nyaman. Didukung pemilihan latar berwarna putih serta pemilihan warna warni dibagian gambar sehingga makin menunjukkan sebuah kedamaian yang indah.

Pada penyampaian makna teks verbal dan citra visual yang ingin disampaikan yaitu dalam hidup seharusnya memiliki tatanan yang seimbang, saling keterkaitan, harmonis sehingga dalam menjalani hidup yang ideal dapat terjalankan. Jadi semua kalangan tanpa terkecuali patut berperan andil dalam membuat, melestarikan dan menjaga tatanan hidup yang aman dan nyaman.

## SIMPULAN

Dari hasil analisis, diperoleh simpulan bahwa makna bukanlah konsep mutlak dan stastis dalam sebuah karya. Sistem tanda dan makna merupakan sebuah nilai yang selalu melekat pada sebuah desain komunikasi visual, dalam hal ini poster iklan layanan masyarakat di media digital. Semiotika sebagai metode analisis penelitian ini yaitu untuk mengkaji tanda, tentunya memandang tanda atau bahasa visual sebagai "penyempurna sekaligus pembangkit makna dalam pesan". Seperti tanda visual yang selalu mengacu pada, gambar, foto, simbol, warna, lambang yang dapat dilihat secara langsung. Sedangkan tanda verbal berupa catatan visual yang disajikan melalui teks visual. Kedua sistem tanda ini merupakan kesatuan utuh bagi apresiasi 6 bentuk komunikasi visual berupa poster iklan layanan masyarakat dalam menemukan makna (baik secara tersurat maupun tersirat) yang terdapat dalam sebuah karya desain komunikasi visual poster iklan layanan masyarakat di media digital.

Tataran makna dalam karya desain komunikasi visual dilakukan dalam dua tahapan, yaitu tahap pemaknaan tingkat pertama (denotasi) dan tahap pemaknaan tingkat kedua (konotasi). Sedangkan kajian semiotika sebagai sebuah metode relevan yang digunakan untuk menelusuri berbagai aspek sosial sebagai representasi pedesain terhadap dunia luar, yang bersentuhan langsung dengan dirinya maupun tanggapan-tanggapannya terhadap keadaan lingkungan sekitarnya. Pembacaan para desain terhadap dunia sekitar, dapat dilihat dalam karya desain yang mereka hasilkan yaitu dalam karya desain yang menyangkut isu sosial dalam hal ini tentang dampak dari ketika terjadi dan setelah saat pandemi covid-19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, Soni. 2017. *Analisis Semiotika Roland Barthes pada Poster Iklan Sepatu Adida (Versi Fake Hurts Real)*. Skripsi. Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Aktif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barthes, R. 2012. *Element-Element Semiologi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Budiman, K. 2011. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.
- Gunalan, Sasih dan Hasbullah. 2020. *Analisis Pemaknaan Semiotika Pada Karya Iklan Layanan Masyarakat*. Jurnal. Universitas Bumigora, Mataram, Nusa Tenggara Barat-Indonesia
- Hananto, Brian Alvin. 2017. *Apa itu Desain Komunikasi Visual*. Diposting pada 29 Januari 2017 di <https://beasiswadesain.wordpress.com/> [Diakses pada 02 Mei 2023].

- Hariwijaya, M. 2008. *Cara mudah menyusun Proposal skripsi tesis dan Desertasi*. Jakarta: Pararaton.  
<https://id.wikipedia.org/> [Diakses pada 02 Mei 2023].
- Kaelan, M.S. 2009. *Filsafat Bahasa Semiotika dan Hermeneutika*. Yogyakarta: Penerbit Paradigma.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). *Online*. <https://kbbi.web.id/>. [Diakses pada 02 Mei 2023].
- Khasanah, Latifah Uswatun. 2022. *Analisis Semiotika: Teknik Analisis Data yang Menganalisis Simbol*. Diposting pada 19 Agustus 2022 di <https://dqqlab.id/>. [Diakses pada 02 Mei 2023].
- Kusrianto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Moleong, L. J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. 2003. *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.