



**MAKNA SAMPUL MAJALAH TEMPO EDISI 16-22 SEPTEMBER 2019**  
**(ANALISIS SEMIOTIKA C. S. PIERCE KARIKATUR PRESIDEN**  
**JOKOWI MIRIP PINOKIO)**

*SKRIPSI*

Disusun Oleh

Nama: Nova Refristasari

NIM: 1606015166

Peminatan: Komunikasi Massa



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Makna Sampul Majalah Tempo Edisi 16-22  
September 2019 (Analisis Semiotika C. S. Pierce  
Karikatur Presiden Jokowi Mirip  
Pinokio)

Nama : Nova Refristasari

NIM : 1606015166

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

Telah diperiksa dan disetujui untuk mengikuti sidang  
skripsi oleh:

Pembimbing I,



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tanggal :

Pembimbing II,



Dr. Sri Mustika, M.Si

Tanggal :

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Makna Sampul Majalah Tempo Edisi 16-22  
September 2019 (Analisis Semiotika C. S. Pierce  
Karikatur Presiden Jokowi Mirip Pinokio)

Nama : Nova Refristasari  
NIM : 1606015166  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah dipertahankan di hadapan pen guji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 16 Mei 2020, dan dinyatakan LULUS.

Penguji I

Penguji II

**Dr. Syaiful Rohim, M.Si.**

**Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum.**

Tanggal : 23-6-2020

Tanggal : 11-07-2020

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dra. Tellys Corliana, M.Hum.**

**Dr. Sri Mustika, M.Si.**

Tanggal : 13/7/2020

Tanggal : 12/7/2020



Mengetahui,  
Dekan

**Dra. Tellys Corliana, M.Hum.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nova Refristasari  
NIM : 1606015166  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa  
Judul Proposal : Makna Sampul Majalah Tempo Edisi 16-22  
September 2019 (Analisis Semiotika C. S. Pierce  
Karikatur Presiden Jokowi Mirip Pinokio)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 16 Mei 2020

Yang Menyatakan

METERAI  
TEMPEL  
2020F6AHF657625686  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Nova Refristasari



### ABSTRAK

Judul Skripsi : Makna Sampul Majalah Tempo Edisi 16-22  
September 2019 (Analisis Semiotika C. S. Pierce  
Karikatur Presiden Jokowi Mirip Pinokio)

Nama : Nova Refristasari  
NIM : 1606015166  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa  
Halaman : 75 + xii halaman + 1 bagan + 24 tabel + 10 lampiran +  
27 bibliografi

Sampul Majalah merupakan jendela yang memberi gambaran utuh dari sebuah liputan. Ilustrasi karikatur identik dengan penyampaian kritik halus pada pemerintah. Pertengahan September 2019, sampul Majalah Tempo Edisi 16-22 September 2019 mengilustrasikan Presiden Jokowi mirip Pinokio dalam bentuk karikatur, banyak masyarakat memaknainya sebagai bentuk penghinaan, melalui penelitian ini peneliti akan menjelaskan makna yang terkandung dan faktor-faktor yang melatarbelakangi pembuatannya.

Peneliti menggunakan Analisis Semiotika Charles S. Pierce untuk membantu menafsirkan dan membaca makna yang terkandung dalam ilustrasi karikatur tersebut. Selain itu, teori pendukung Faktor Pembentuk Isi Media membantu menjelaskan latarbelakang Tempo membuat ilustrasi karikatur Presiden mirip Pinokio, dan teori konstruksi realitas media untuk membantu menjelaskan realitas hidung panjang yang dimaknai oleh masyarakat sebagai pembohong.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif bertujuan menjelaskan suatu permasalahan secara lebih mendalam dengan cara deskriptif. Jenis deskriptif dipakai agar peneliti mampu menjelaskan permasalahan secara sistematis, faktual dan aktual.

Dari penelitian yang telah dilakukan, ilustrasi karikatur ini merupakan penggambaran atas tindakan Presiden Jokowi yang tidak sesuai dengan janjinya. Sedangkan faktor-faktor yang berkontribusi dalam pembuatannya terdiri dari *subjektivisme* ilustrator serta ideologi Tempo yang memiliki pemahaman dan pandangan sendiri dalam melihat situasi politik saat itu. Ideologi Tempo mencoba untuk berpegang pada kebenaran, kejujuran, dan keadilan.

**Kata Kunci:** Analisis Semiotika, Karikatur Presiden Jokowi, Sampul Majalah Tempo Edisi 16-22 September 2019.

## DAFTAR ISI

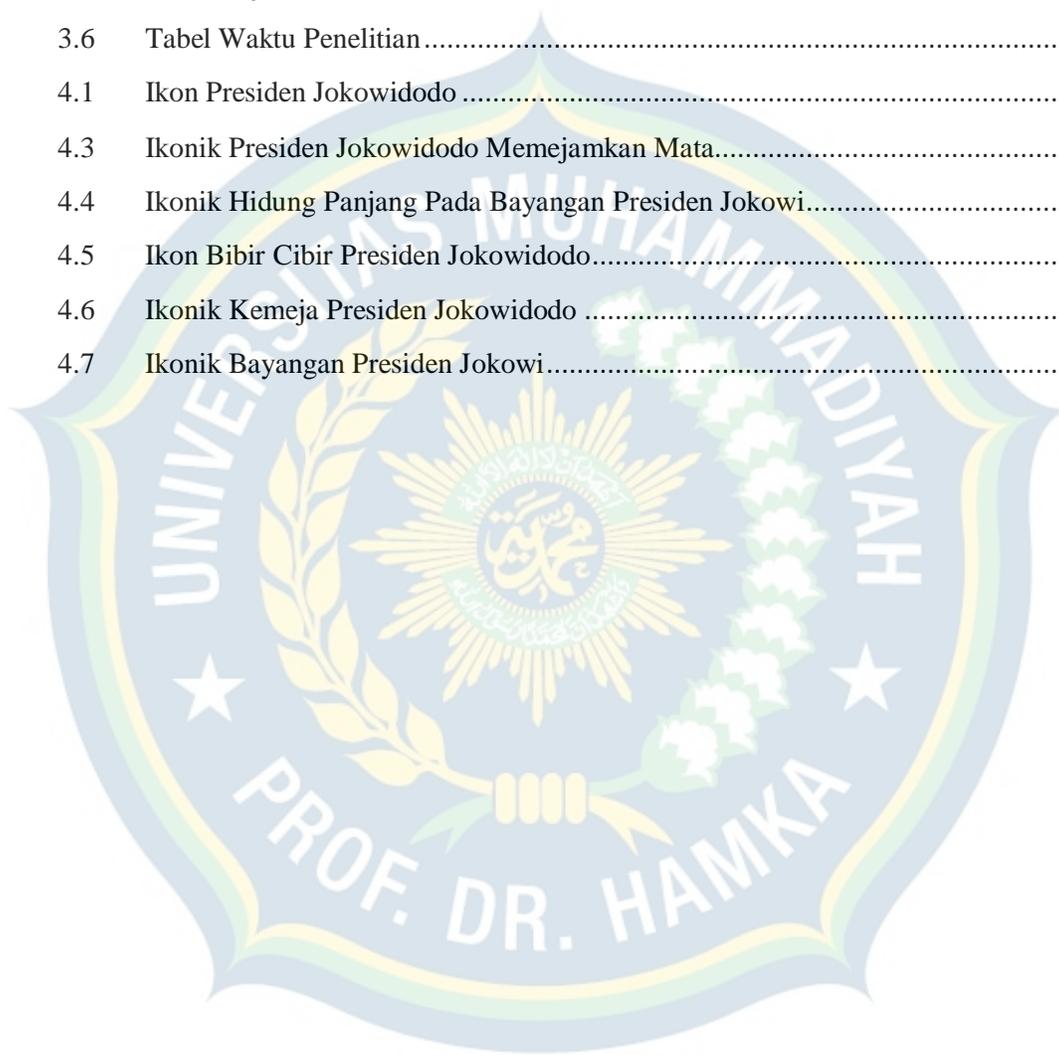
<i>COVER</i> .....	1
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT.....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Pembatasan Masalah.....	9
1.4    Tujuan Penelitian.....	9
1.5    Kontribusi Penelitian .....	9
1.5.1    Kontribusi Akademis.....	9
1.5.2    Kontribusi Metodologis.....	10
1.5.3    Kontribusi Sosial.....	10
1.6    Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....	10
1.7    Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>12</b>
2.1    Kajian Penelitian Terdahulu .....	12
2.2    Paradigma Konstruktivis .....	13
2.3    Hakikat Komunikasi .....	15

2.3.1	Definisi Komunikasi .....	15
2.3.2	Fungsi Komunikasi .....	17
2.3.3	Model Komunikasi.....	17
2.3.4	Elemen Komunikasi.....	20
2.3.5	Konteks Komunikasi .....	21
2.4	Jurnalistik.....	22
2.5	Komunikasi Massa.....	23
2.5.1	Karakteristik Komunikasi Massa.....	23
2.6	Media Massa .....	25
2.7	Majalah .....	26
2.7.1	Karakteristik Majalah.....	26
2.8	Sampul Majalah.....	28
2.9	Ilustrasi Karikatur .....	28
2.9.1	Perbedaan Antara Kartun dan Karikatur .....	29
2.10	Konstruksi Realitas Dalam Media Massa .....	30
2.11	Faktor Pembentuk Isi Media .....	31
2.11.1	Wartawan.....	33
2.11.2	Organisasi Media .....	35
2.11.3	Eksternal Media .....	35
2.11.4	Ideologi Media.....	36
2.12	Semiotika .....	38
2.12.1	Tanda dan Makna.....	39
2.12.2	Model Analisis Semiotika Charles S. Pierce .....	40
2.13	Bagan/ Kerangka Teori .....	43
<b>BAB III .....</b>		<b>44</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>44</b>
3.1	Pendekatan, Metodologi, dan Jenis Penelitian .....	44
3.2	Pemilihan Media .....	46
3.2.1	Unit Analisis dan Unit Pengamatan.....	46

3.3 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4 Teknik Analisis Data .....	47
3.5 Bagan Alur Penelitian.....	48
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	48
<b>BAB IV .....</b>	<b>49</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Umum Majalah Tempo .....	49
4.1.1 Visi Misi Tempo .....	51
4.1.2 Deskripsi Ilustrasi Karikatur Pada Sampul Majalah Tempo.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Makna Sampul Majalah Tempo.....	53
4.2.2 Faktor Pembentuk Isi Media .....	63
4.3 Hasil Pembahasan.....	65
4.3.1 Analisis Semiotika Charles S. Pierce.....	65
4.3.2 Konstruksi Realitas Dalam Media Massa .....	71
4.3.3 Faktor-Faktor Pembentuk Isi Media Massa .....	73
<b>BAB V.....</b>	<b>77</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Rekomendasi .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
Lampiran .....	83
Biodata Peneliti.....	84

**DAFTAR TABEL**

2.1	Tabel Kajian Penelitian Terdahulu .....	8
3.6	Tabel Waktu Penelitian.....	40
4.1	Ikon Presiden Jokowi.....	87
4.3	Ikonik Presiden Jokowi Memejamkan Mata.....	48
4.4	Ikonik Hidung Panjang Pada Bayangan Presiden Jokowi.....	49
4.5	Ikon Bibir Cibir Presiden Jokowi.....	51
4.6	Ikonik Kemeja Presiden Jokowi .....	93
4.7	Ikonik Bayangan Presiden Jokowi.....	94



## DAFTAR GAMBAR

2.3.3 Model Komunikasi Jakobson .....	14
2.3.4 Elemen Komunikasi Jakobson.....	16
2.11 Model Hierarchy of Influence .....	27
2.12.2 Segitiga Elemen Makna Pierce.....	34
2.13 Bagan/Kerangka Teori .....	39
2.3.3 Bagan/Alur Penelitian.....	40
4.1 Ilustrasi Karikatur Sampul Majalah Tempo .....	45
4.2 Ikon Presiden Jokowi.....	46
4.3 Ikonik Presiden Jokowi Memejamkan Mata.....	48
4.4 Ikonik Hidung Panjang Pada Bayangan Jokowi.....	49
4.5 Ikon Bibir Cibir Presiden Jokowi.....	51
4.6 Ikonik Kemeja Presiden Jokowi .....	92
4.7 Ikonik Bayangan Jokowi.....	94
4.8 Segitiga Makna Pierce .....	97
4.9 Bagan Segitiga Makna Pierce dan Objek Penelitian.....	98
4.10 Poin Pada Objek .....	99
4.11 Poin Pada Representamen .....	60
4.12 Poin Pada Interpretant.....	61

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi merupakan kebutuhan utama bagi setiap manusia, baik secara langsung maupun melalui media. Komunikasi melalui media disebut dengan komunikasi massa, hal tersebut sepaham dengan pendapat Bittner (dalam Ardianto, 2010: 3) komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Media komunikasi massa berbentuk elektronik yaitu radio siaran dan televisi, cetak yaitu surat kabar dan majalah, serta film, dalam hal ini adalah film bioskop.

Dari ketiga media diatas, sejarah mencatat bahwa media cetak merupakan media komunikasi yang lebih dulu hadir dibanding media lainnya, namun seiring dengan berkembangnya teknologi, keberadaan media cetak semakin tergerus oleh media *online*. Masyarakat yang hanya menginginkan kecepatan informasi tanpa menilai isi berita membuat beberapa perusahaan media cetak harus gulung tikar. Terbukti dengan semakin berkurangnya jumlah koran dan majalah yang beredar. Kini hanya beberapa media cetak yang mampu bertahan. Salah satunya adalah Tempo Media Group. Sejak pertama kali terbit pada 6 Maret 1971, Tempo dikenal masyarakat melalui media cetak berupa majalah (Steele, 2007).

Majalah Tempo didirikan oleh sekelompok orang dengan penuh ambisi dan visi yang sama yakni majalah Tempo tidak boleh dijadikan media untuk mewakili

suatu pihak atau pribadi tertentu. Tempo memiliki ideologi berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan keadilan<sup>1</sup>. Hal ini terbukti dari tulisan-tulisan dalam artikel majalah Tempo. Selain karena dasar penulisan artikel majalah memang harus mendalam karena mengutamakan kata tanya “bagaimana”, juga karena Tempo selalu menulis fakta dan data dilapangan secara murni tanpa ada pihak atau pribadi yang harus dilindungi, tulisan Tempo selalu jujur mengatakan yang benar dan yang salah tentunya didukung dengan bukti-bukti yang kuat. Karena inilah Tempo pernah dibreidel sebanyak dua kali pada masa orde baru (Steele, 2007).

Dikutip dari (Widyokusumo, 2012: 637-644) majalah terbit secara berkala, satu minggu atau dua mingguan begitupun dengan Tempo. Sejak pertama kali terbit, Majalah Tempo selalu dilengkapi dengan sampul yang unik dan menarik. Ilustrasi karikatur dipilih Tempo untuk menghiasi sampul majalahnya. Dibuat dengan kreativitas dan keahlian secara teknis, juga latarbelakang, ideologi media, dan tahapan-tahapan dari peliputan isi berita hingga *editing* menjadikan ilustrasi tersebut sebagai ciri khas dari Majalah Tempo. Sampul majalah Tempo mampu mengkomunikasikan secara utuh hasil kajian artikel didalamnya.

Sampul Majalah Tempo selalu dituding masyarakat sebagai media penyampai kritik Tempo kepada pemerintah. Karena stereotipe masyarakat terhadap ilustrasi karikatur yang mengatakan bahwa karikatur adalah bentuk kritik halus seniman kepada pemerintah, namun hal ini tidak dibenarkan oleh Redaktur Eksekutif Majalah Tempo, Setri Yasra yang mengatakan bahwa “Tempo tidak memastikan *cover* untuk

---

<sup>1</sup> [www.tempointeraktif.com](http://www.tempointeraktif.com), diakses tanggal 5 Mei 2020 jam 11.15 WIB

mengkritik. Semua basisnya temuan, dan mungkin saja dipandang sebagai kritik oleh siapa saja diluar. Lalu kalau kemudian ada yang menyebut temuan Tempo itu mengkritik sebuah kebijakan karena basis temuannya memang seperti itu.” Ucapnya pada peneliti melalui pesan langsung twitter pada 18 April 2020.

Majalah Tempo selalu terbit dilengkapi dengan sampul majalahnya, begitupun dengan edisi 16-22 September 2019. Pada edisi tersebut sampul Majalah Tempo mengilustrasikan Presiden Jokowi mirip dengan Pinokio. Sebab Presiden menyetujui *draft* RUUKPK (Rancangan Undang-Undang Komisi Pemberantasan Korupsi) dengan poin-poin yang dinilai semakin melemahkan lembaga tersebut. Hal tersebut cukup membuat masyarakat kecewa, pasalnya sikap Presiden tidak sesuai dengan janjinya saat awal menjabat sebagai Presiden lima tahun lalu. Masih kuatnya stereotipe masyarakat yang menganggap bahwa sampul Majalah Tempo digunakan untuk mengkritik. Ditambah Pinokio dengan hidung panjang juga memiliki pandangan yang buruk di mata masyarakat yakni sebagai tokoh yang suka berbohong. Menganggap bahwa hal tersebut kritikan yang menghina Kepala Negara RI dan sudah kelewatan.

Pendukung Jokowi Mania, Immanuel Ebenezer, ketua relawan Jokowi Mania menilai Tempo mem-*framing* seakan-akan Jokowi pembohong. “Ini kan bahaya untuk pendidikan rakyat,” katanya dilansir dari Tempo.co. Serupa dengan pernyataan Immanuel masyarakat di sosial media ramai memperbincangkannya, berikut beberapa komentar netizen mengenai sampul majalah tersebut yang menafsirkan Tempo menghina dan melecehkan presiden.

“Saya sangat kecewa dengan *cover* Tempo terbaru. Sah2 aja kalo @tempodotco bersikap keras thd @jokowi soal KPK. Tp mengkritik tak identik dg melecehkan... Mosok sekelas Tempo ikut2an Obor Rakyat sih...” ucapnya netizen dalam akun twitter @sahal\_AS.

Selain itu salah satu akun twitter @Dennysiregar7 berpendapat bahwa tersebut menghina Presiden.

“Sampul majalah @tempodotco ini sangat menghina @jokowi sbg Presiden RI. Tempo boleh tidak suka dgn revisi UU @KPK\_RI –meskipun sebenarnya media tdk boleh berpihak. Tapi membuat sebuah gambar yang menghina simbol negara ini, saya rasa sudah sangat keterlalu!”

Selain dituduh menghina dan melecehkan Presiden, Tempo juga dikejutkan dengan cuitan netizen akun @BundaZa26962019 yang mengatakan,

“Apa maksudnya buat majalah Tempo yang kemarin menghina simbol kenegaraan dan sekarang diganti dengan ini. wahai kau bani cingkrang ingat Allah s.w.t mboten sare.”

Hal tersebut ia ungkapkan di media sosial twitter disertai dengan gambar sampul majalah Tempo Jokowi memakai Jas berwarna hitam, kemeja putih, dan dasi merah, dengan judul “Saya Tetap Percaya Presiden” dan tulisan dibawah judul tersebut berbunyi “Saya tidak ada kompromi dalam pemberantasan korupsi” yang di klaim bahwa sampul tersebut milik Tempo sebagai ganti majalah “Janji Tinggal Janji.”

Gambar 1.1 Sampul Majalah Pengganti “Janji Tinggal Janji”



Sumber: detiknews.com

Mendengar kabar tersebut Pimpinan Redaksi Tempo.co, dikutip dari cekfakta.tempo.co, Wahyu Dhyatmika, mengatakan bahwa secara gramatikal, judul “Saya Tetap Percaya Presiden” itu salah<sup>2</sup>.

“Saya di sana mewakili siapa? Redaksi Tempo? Narasumber?” ucap wahyu.

Dengan tegas Ia mengatakan bahwa kesalahan seperti itu tidak mungkin dilakukan oleh Tempo.<sup>3</sup> Tidak berhenti disitu, sampul tersebut juga sempat dilaporkan Jokowi Mania ke Dewan Pers. Menanggapi hal itu, Ketua Komisi

<sup>2</sup> Ika Ningtyas, 2019, Benarkah Cover Majalah Tempo Edisi 16 September 2019 Direvisi, diakses pada 6 Desember 2019, 00:15. <https://Cekfakta.tempo.co>

<sup>3</sup> Ika Ningtyas, 2019, Benarkah Cover Majalah Tempo Edisi 16 September 2019 Direvisi, diakses pada 6 Desember 2019, 00:15. <https://Cekfakta.tempo.co>

Penelitian, Pendataan, dan Ratifikasi Pers Dewan Pers, Ahmad Jauhari mengatakan “Gambar yang ada pada sampul majalah Tempo merupakan bentuk kritik terhadap pemerintah. Jadi, pihak manapun tidak perlu menanggapi secara berlebihan *cover* bayangan Jokowi yang menyerupai Pinokio tersebut.” ucap Jauhari.<sup>4</sup>

“Di negara demokrasi, kritik atau gambar ledakan seperti itu sebenarnya lumrah, tapi disini masih pada baper, dianggap sebagai serangan pribadi,” kata Ahmad Jauhari. Ia menambahkan “Dari aspek kaidah jurnalistik tidak ada etika jurnalistik yang dilanggar oleh Tempo”.

Redaktur Eksekutif Majalah Tempo, Setri Yasra dikutip dalam tempo.co<sup>5</sup> mengatakan bahwa sampul majalah Tempo “Janji Tinggal Janji” tidak menggambarkan Presiden Jokowi sebagai Pinokio.

Dikutip dari tempo.co<sup>6</sup> Setri mengatakan bahwa Tempo tidak menghina kepala negara karena yang tergambar adalah bayangan Pinokio bukan Presiden Jokowi sebagai Pinokio ucapnya dalam pesan tertulisnya, Senin 16 September 2019.

Masyarakat sudah tidak melihat dari sudut pandang lain alasan Tempo membuat ilustrasi tersebut. Masyarakat terlalu dibutakan oleh politik yang terbelah dalam dua kubu dan terkurung pada stereotipe yang dibentuk atas dasar pandangan subjektif. Mereka hanya fokus pada bayangan hidung panjang dalam ilustrasi

---

<sup>4</sup> Popy Rakhmawaty, 2019, Cover Tempo Jokowi Pinokio, Dewan Pers: Jangan Baper, diakses pada 29 Januari 2020, 02:20. [www.tagar.id](http://www.tagar.id),

<sup>5</sup> Ahmad Faiz Ibnu Sani, 2019, Cover Majalah Tempo, Istana: Presiden Hormati Kebebasan Pers, diakses pada 6 Desember 2019, 03:15. <https://majalah.tempo.co>,

<sup>6</sup> Ahmad Faiz Ibnu Sani, 2019, Cover Majalah Tempo, Istana: Presiden Hormati Kebebasan Pers, diakses pada 6 Desember 2019, 03:15. <https://majalah.tempo.co>,

tersebut, padahal dalam sampul Majalah tersebut Tempo juga menggambarkan bentuk bibir Presiden yang cibir mengkerucut, dan mata terpejam, dan pemilihan warna kemeja yang digunakan pada ilustrasi tersebut. Masyarakat tidak sadar isu politik yang sedang terjadi di Republik Indonesia saat itu dan pesan apa yang hendak disampaikan Tempo melalui sampul Majalah dengan judul “Janji Tinggal Janji”.

Sampul majalah “Janji Tinggal Janji” memiliki makna tersirat dibalik ekspresi wajah Presiden yang tergambar. Sampul majalah tersebut memiliki makna bagi sekelompok orang tertentu yaitu Jokowi Mania. Dalam hal ini, tampak sangat jelas kemampuan media massa untuk memosisikan suatu kelompok atau seseorang pada posisi tertentu dalam relasi sosial. Media massa juga mempunyai kekuatan untuk membentuk opini publik dan makna dari berbagai realitas yang berkembang di masyarakat.

Dari penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada sampul Bayangan Jokowi mirip Pinokio edisi 16- 22 September 2019 dengan menggunakan analisis semiotika melihat banyaknya tanda-tanda dalam gambar tersebut yang penuh dengan makna sehingga mampu membentuk berbagai opini dari masyarakat. Analisis semiotika yang penulis gunakan yaitu milik Charles Sanders Peirce.

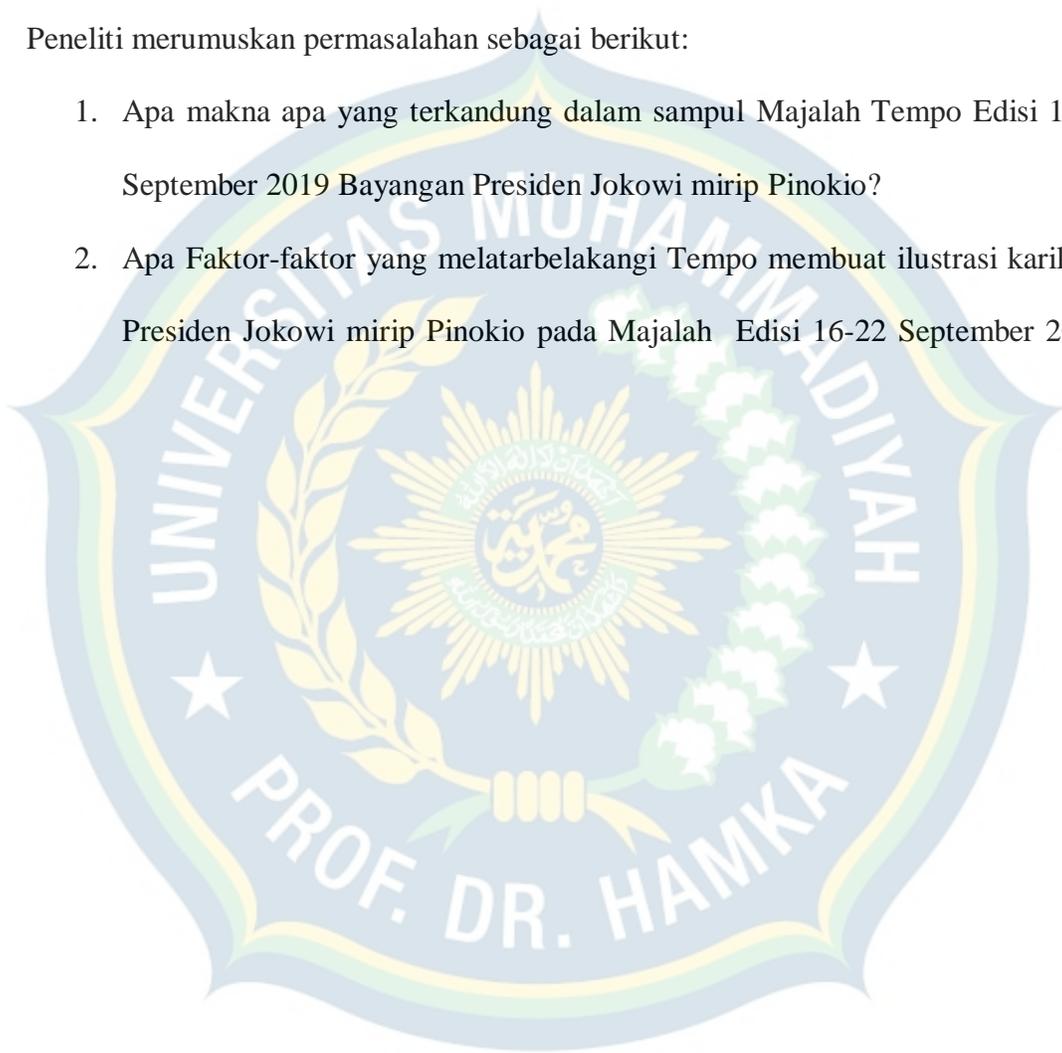
Menurut Peirce dalam (Kriyantono, 2014: 266), Konstruksi sosial tempat pengguna tanda tersebut berada sangat mempengaruhi pemikiran si pengguna tanda. Sedangkan makna bagi Peirce (dalam Fiske 1990 & Littlejohn 1998 dalam

Kriyantono, 2014: 265) adalah teori segitiga makna atau *triangle meaning*) yakni tanda, acuan tanda (objek), dan penggunaan tanda.

## 1.2 Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa makna apa yang terkandung dalam sampul Majalah Tempo Edisi 16-22 September 2019 Bayangan Presiden Jokowi mirip Pinokio?
2. Apa Faktor-faktor yang melatarbelakangi Tempo membuat ilustrasi karikatur Presiden Jokowi mirip Pinokio pada Majalah Edisi 16-22 September 2019?



### **1.3 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini berfokus pada:

1. Tanda visual dan teks yang terkandung dalam sampul majalah sehingga akan diketahui makna sampul majalah berdasarkan tanda-tanda pada gambar tersebut.
2. Faktor-faktor yang melatar belakanginya Tempo membuat sampul majalah Bayangan Jokowi sebagai Pinokio Edisi 16-22 September 2019.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan sebagai berikut:

1. Untuk memahami makna gambar bayangan Presiden Jokowi sebagai pinokio yang terkandung dalam sampul majalah Tempo Edisi 16-22 September 2019.
2. Untuk memahami faktor-faktor yang melatarbelakangi Tempo membuat sampul majalah bayangan Presiden Jokowi sebagai pinokio dalam Edisi 16-22 September 2019.

### **1.5 Kontribusi Penelitian**

#### **1.5.1 Kontribusi Akademis**

Penelitian ini secara akademis diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya semiotika, konstruksi realitas dalam media massa dan faktor pembentuk isi media.

### **1.5.2 Kontribusi Metodologis**

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan analisis teks media, yaitu analisis semiotika Pierce. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya mengenai kerangka metodologis analisis semiotika Charles S. Pierce dalam menelaah makna pesan pada sampul majalah di media massa yang syarat akan “tanda”.

### **1.5.3 Kontribusi Sosial**

Secara sosial penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa timbulnya suatu kesadaran pada masyarakat tentang adanya kepentingan media massa untuk mempengaruhi masyarakat melalui sebuah pemberitaan dalam bentuk sampul majalah yang syarat akan tanda dan mengakibatkan pemahaman khalayak berbeda satu sama lain pada saat memaknai sampul majalah. Sampul majalah memiliki peran penyampai informasi yang terkadang lebih efektif kepada masyarakat, bahkan sering kali terdapat perbedaan makna antara pembaca ketika melihat sebuah sampul.

### **1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian**

Adapun hambatan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dikarenakan adanya pandemik virus corona (covid-19), peneliti kesusahan bertemu dengan informan untuk melengkapi isi penelitian.
2. Susahnya mencari informasi tambahan dari buku dan kurang efektifnya bimbingan *online*.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini berisi penjelasan akan latarbelakang penelitian, rumusan masalah peneliti, pembatasan masalah, tujuan peneliti, kontribusi peneliti, dan terakhir sistematika penulisan pada penelitian ini.

### **BAB II: Kerangka Pemikiran**

Dalam bab ini membahas kajian penelitian terdahulu, paradigma konstruktivis, teori yang berhubungan dengan komunikasi massa dan penelitian ini, *cover* majalah, semiotika, tanda, serta konsep-konsep yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu *cover* majalah.

### **BAB III: Metodologi Penelitian**

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan jenis penelitian, unit analisis dan unit pengamatan, metode pengumpulan data, teknik analisis data, bagan alur penelitian, serta waktu dan lokasi penelitian.

### **BAB IV : Pembahasan**

Bab ini memaparkan deskripsi penelitian, hasil analisis penelitian dan kemudian kaitan penelitian dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB V: Penutup**

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian, saran dan rekomendasi kepada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan objek penelitian yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala & Siti Karlinah. 2010. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar) Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2018. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Rosdakarya.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Group
- Fiske, John. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Ketiga*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Realtion, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasran*. Jakarta: Kencana PRENADAMEDIA GROUP.
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noor, Juliansyah. 2016. *Metodologi penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media.
- Nurudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soyomukti, Nurani. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar, Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rolnicki, Tom E. 2015. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)*. Jakarta: Kencana.

Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. 2013. *SEMIOTIKA KOMUNIKASI – Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Nierenberg, Gerard I., Henry H. Calero, Gabriel Grayson. 2018. *Cara Gampang Menebak Pikiran Orang Pedoman Mengartikan Bahasa Tubuh Orang Lain*. Jakarta: PT Gramedia.

Boeree, Dr. C. George. 2006. *Dasar-Dasar Psikologi*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.

### **Jurnal:**

Lintang Widyokusumo. Oktober 2012. *Desain Sampul Majalah Sebagai Ujung Tombak Pemasaran*. Binus University. Vol.3 No.2 : 637-644.

Joneta Witabora. Oktober 2012. *Peran dan Perkembangan Ilustrasi*. Binus University. Vol.3 No.2 : 659-667.

Heru Dwi Waluyanto. Juli 2000. *Karikatur Sebagai Karya Komunikasi Visual Dalam Penyampaian Kritik Sosial*. Universitas Kristen Petra. Vol. 2 No. 2 : 128 – 134.

Nanang Krisdinanto. Juli 2014. *Anomali dan Teori Hirarki Pengaruh Terhadap Isi Media*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. Vol. 3 No. 01 : 8-13.

### **Skripsi:**

Viena Syafitriani. 2017. *Analisis Semiotika Pierce Dalam Rangka Penerapan Of Branding Association di Instagram BTPN*. Jakarta: Universitas Bakrie.

Wahyuni Sahara. 2016. *Pemaknaan Cover Majalah (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Cover National Geographic Indonesia Edisi Spesial November 2015)*. Bandung: Universitas Telkom.

Rizki Yanuardiansyah. 2012. Makna Foto Gaza Perkasa (Analisis Charles Sanders Pierce Pada Katalog Foto di Lembaga Kantor Berita ANTARA). Jakarta: UHAMKA.

**Website:**

<https://nasional.tempo.co/>, diakses pada 6 Desember 2019, 00:15.

Cekfakta.tempo.co, Ika Ningtyas, Benarkah Cover Majalah Tempo Edisi 16 September 2019 Direvisi diakses pada 6 Desember 2019, 00:15.

[www.tagar.id](http://www.tagar.id) , Popy Rakhmawaty, Cover Tempo Jokowi Pinokio, Dewan Pers: Jangan Baper diakses pada 29 Januari 2020, 02:20.

<https://majalah.tempo.co>, Ahmad Faiz Ibnu Sani, Cover Majalah Tempo, Istana: Presiden Hormati Kebebasan Pers, diakses pada 6 Desember 2019, 03:15.

Kompasiana.com, Pinokio Lebih Dari Sekedar Dongeng....., Himam Miladi, diakses pada 29 April 2020, 16:03.