

**MAKNA ILUSTRASI PADA POSTER PAMERAN SENI  
VISUAL DI JOGJA GALLERY**

**(Kajian Semiotika Komunikasi Visual pada Makna  
Ilustrasi Poster Pameran Seni Visual di Jogja Gallery  
Periode 2006-2007)**



**SKRIPSI**

**Irwan Sanjaya**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2008**

**MAKNA ILUSTRASI PADA POSTER PAMERAN SENI  
VISUAL DI JOGJA GALLERY  
(Kajian Semiotika Komunikasi Visual pada Makna  
Ilustrasi Poster Pameran Seni Visual di Jogja Gallery  
Periode 2006-2007)**



**SKRIPSI**

**Irwan Sanjaya**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2008**

**MAKNA ILUSTRASI PADA POSTER PAMERAN SENI  
VISUAL DI JOGJA GALLERY  
(Kajian Semiotika Komunikasi Visual pada Makna  
Ilustrasi Poster Pameran Seni Visual di Jogja Gallery  
Periode 2006-2007)**



**SKRIPSI**

Irwan Sanjaya  
NIM 021 1298 024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai  
salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana S-1 dalam bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2008

Tugas Akhir Skripsi berjudul:

**MAKNA ILUSTRASI PADA POSTER PAMERAN SENI VISUAL DI JOGJA GALLERY: Kajian Semiotika Komunikasi Visual Pada Makna Ilustrasi Poster Pameran Seni Visual di Jogja Gallery Periode 2006-2007**, diajukan oleh Irwan Sanjaya, NIM 0211298024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 31 Juli 2008, dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota



Drs. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.  
NIP. 131 996 634

Pembimbing II/Anggota



Dra. Th. Suwarni  
NIP. 130 521 294

Cognate/Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.  
NIP. 132 133 718

Ketua Prog. Studi Desain  
Komunikasi Visual/Ketua/Anggota



Drs. Lasiman, M.Sn.  
NIP. 131 773 135

Ketua Jurusan Desain/Anggota



Drs. Ant. Hendro Purwoko  
NIP. 131 284 654



Motto

HANYA  
ORANG GILA  
YANG  
MENGUNAKAN  
WAKTU  
DENGAN  
SIA-SIA



Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

Kedua Orang Tuaku,  
**Iros Rosita & Uhsan Al Husen.**  
Adikku, **Sandi Rosadi.**  
Keluarga **BESAR** Diskomvis ISI Yogyakarta.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan Hidayah-Nya, shalawat serta salam kepada Rasul Muhammad saw, karena-Nya Tugas Akhir ini bisa diselesaikan dengan lancar.

Tugas akhir skripsi berjudul, Makna Ilustrasi pada Poster Pameran Seni Visual di Jogja Galley: Kajian Semiotika Komunikasi Visual pada Makna Ilustrasi Poster Pameran Seni Visual di Jogja Gallery Periode 2006-2007), adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program S-1, Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir yang telah disusun ini masih jauh dari sempurna, oleh karenanya penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat menyempurnakannya.

Tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan selesai, oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis sampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bpk. Drs. Sumbo Tinarbuko, M.Sn., selaku Pembimbing I;
2. Ibu Dra. Th. Suwarni selaku Pembimbing II, dan Dosen Wali;
3. Bpk. Drs. Soeprapto Soedjono, MFA, Ph.D., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Bpk. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa;
5. Bpk. Drs. Ant. Hendro Purwoko, selaku Ketua Jurusan Desain;

6. Bpk. Drs. Lasiman, M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual;
7. Bpk. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn., Selaku Cognate;
8. Segenap dosen dan karyawan Prodi. Desain Komunikasi Visual, FSR ISI Yogyakarta;
9. Mbak Nunuk Ambarwati selaku Manajer Program Jogja Gallery, dan seluruh staf Jogja Gallery yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Bapak dan Ibu tercinta, atas segala kasih sayangnya;
11. Keluarga di Singaparna, atas segala do'a dan dukungannya;
12. Pengobat jiwaku Endriani Silpia;
13. Ustd. Handoko, Iwa Akhmad S.Sn, Askanadi S.Sn, Budi Saputra Dkv'05, Dhani S.Sn, Haryo, Hendi Linggarjati S.Sn, Heruistic, Indra Asmara S.Kep,Ns., Kismiaji S.Sn.;
14. Temen-temen; Puzzle DKV 02, KMI, KPMT-Y, dan ketua KMAAP(Daru);
15. Kepada segenap pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu.

Akhir kata penulis mohon ma'af atas segala kekurangan dan kesalahan yang dilakukan selama penyusunan skripsi ini, dan dengan kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran yang konstruktif. Skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Amin.

## KATA PENGANTAR

Poster merupakan salah satu karya desain komunikasi visual tentu saja selain menatik secara estetis juga harus bisa menyampaikan pesan yang diinginkan. Sebuah pesan bisa sampai pada target *audiance* tentu saja pesan tersebut bisa dimaknai sama dengan si pemberi pesan. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk dikaji mengenai pemaknaan suatu karya desain komunikasi visual, yang dalam hal ini yang dijadikan sebagai bahan penelitian ialah karya poster.

Memahami makna sebuah karya, tak lepas dari tanda-tanda yang melekat pada karya tersebut. Ilmu yang mempelajari bagaimana tanda itu berkerja adalah ilmu semiotika. Jadi, dalam penelitian ini semiotika menjadi salah satu landasan teori untuk bisa sejauh mana karya desain komunikasi visual dimaknai

Pada penelitian ini, yang menjadi analisis lima poster dari poster-poster pameran seni visual di Jogja Gallery. Dari poster tersebut mencoba menginterpretasikan mengenai makna dari ilustrasi poster. Penelitian mengenai makna ilustrasi poster, diharapkan penelitian ini lebih terarah.

Karya tulis ini, sebagai tugas akhir dan juga sebagai prasarat untuk mendapat gelar sarjana, tentu tidak lepas dari kekurangan, dan semoga penelitian ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis pribadi ataupun bagi masyarakat.

Penulis

## ABSTRAKSI

Yogyakarta yang merupakan gudangnya seniman, sekarang ini kegiatan berkesenian semakin berkembang. Sejak didirikannya Jogja Gallery, kegiatan berkesenian khususnya seni rupa di Yogyakarta semakin pesat. Yang menarik di sini setiap pergelaran pameran Jogja Galley selalu menampilkan poster dengan ilustrasi berupa karya seni dari salah satu karya yang dipamerkannya.

Dalam bidang desain komunikasi visual hubungannya sangat erat antara seni murni, dan desain. Sebuah ilustrasi berupa karya seni dimana karya seni tersebut dipinjam tanda-tanda visualnya dan dipadukan dengan tanda verbal sehingga bisa menghasilkan makna baru yang bisa mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan.

Karya-karya desain komunikasi visual yang meminjam visualisasi karya seni sebagai ilustrasi bisa kita lihat pada karya-karya seperti; poster, sampul kaset, sampul buku dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa karya seni rupa baik itu yang dua dimensional atau tiga dimensional, bisa merupakan salah satu media untuk menyampaikan pesan, khususnya pesan komunikasi visual. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna yang terkandung dalam ilustrasi poster dengan menganalisa tanda-tanda visual baik itu tanda verbal maupun tanda visual yang tampak pada karya poster.

Dengan menggunakan teori semiotika yang dalam hal ini semiotika komunikasi visual, poster dianalisis sehingga mendapat kesimpulan bahwa ilustrasi berupa karya seni memiliki pemaknaan yang berbeda bila hal tersebut berhubungan dengan data verbal, dan sebuah ilustrasi dengan meminjam unsur-unsur visual dari karya seni bisa menunjang atau memperkuat pesan yang ingin dikomunikasikan, tetapi juga bisa menimbulkan pemaknaan yang lain di luar pesan itu sendiri.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Definisi Opersional.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II. LANDASAN TEORI.....	11
A. Poster.....	11
1. Sejarah Poster.....	11
2. Definisi Poster.....	15
3. Fungsi dan Peran Poster.....	16

4. Unsur Visual Poster.....	17
a) Prinsip-prinsip Desain Poster.....	17
b) Elemen-elemen Grafis.....	18
c) Prinsip-prinsip Desain.....	23
d) Warna.....	26
e) Tipografi.....	29
5. Unsur Kreatif.....	34
a) <i>Copyraiter</i> .....	35
b) <i>Art Director</i> .....	38
B. Semiotika.....	42
1. Sejarah Semiotika.....	42
2. Teori Semiotika Komunikasi Visual.....	44
C. Kerangka Pemikiran.....	49
D. Data Jogja Gallery.....	50
1. Latar Belakang Berdirinya Jogja Gallery.....	50
2. Aktivitas Jogja Gallery.....	51
3. Ruang Pamer.....	53
4. Promosi dan Publikasi.....	53
5. Struktur Organisasi Jogja Gallery.....	54
6. Visi dan Misi Jogja Gallery.....	55
7. Data Pameran.....	55
BAB III. METODE PENELITIAN.....	71
A. Metode Pendekatan.....	71
B. Populasi.....	72

C. Sampel.....	73
D. Prosedur Penelitian.....	79
1. Metode Pengumpulan Data.....	79
2. Metode Analisis Data.....	80
BAB IV. ANALISIS DATA.....	82
A. Analisis Data.....	82
1. Poster Icon Retrospective.....	82
2. Poster Eksisten.....	92
3. Poster Domestic Art & Stillife.....	105
4. poster Kalam & Peradaban.....	117
5. Poster Ilusi-Ilusi Nasionalisme.....	128
6. Rangkuman Hasil Analisis.....	143
BAB V . PENUTUP.....	153
A. Kesimpulan.....	153
B. Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	156
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Poster Art Nouveau.....	12
Gambar 2. Poster Paman Syam.....	14
Gambar 3. Contoh Poster Keseimbangan Simetris.....	24
Gambar 4. Contoh Poster Keseimbangan Asimetris.....	24
Gambar 5. Contoh Poster Keseimbangan Horizontal.....	25
Gambar 6. Keluarga Berat Huruf .....	31
Gambar 7. Proporsi Huruf .....	32
Gambar 8. Kemiringan Huruf .....	32
Gambar 9. Klasifikasi Huruf.....	34
Gambar 10. Unsur-unsur Visual Dalam Iklan .....	38
Gambar 11. Poster Icon .....	74
Gambar 12. Poster Eksisten .....	75
Gambar 13. Poster Domestic Art Objct & Stillife.....	76
Gambar 14. Poster Kalam & Peradaban.....	77
Gambar 15. Poster Ilusi-ilusi Nasionalisme.....	78
Gambar 16. Poster dan <i>Layout</i> Poster Icon .....	82
Gambar 17. Poster dan <i>Layout</i> Poster Eksisten .....	92
Gambar 18. Poster dan <i>Layout</i> Poster Domestic Art Objct & Stillife.....	105
Gambar 19. Poster dan <i>Layout</i> Poster Kalam & Peradaban.....	117
Gambar 20. Poster dan <i>Layout</i> Poster Ilusi-ilusi Nasionalisme.....	128

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Analisis Poster “ICON” .....	143
Tabel 2. Hasil Analisis Poster “Eksisten” .....	145
Tabel 3. Hasil Analisis Poster “Domestic Art Objects & Stillife” .....	147
Tabel 4. Hasil Analisis Poster “Kalam & Peradaban” .....	149
Tabel 5. Hasil Analisis Poster “Ilusi-Ilusi Nasionalisme” .....	151



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Pemikiran.....	49
Bagan 2. Prosedur Penelitian.....	79



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Perjalanan poster di Indonesia, sejalan dengan lahirnya negara Republik Indonesia. Poster merupakan salah satu media pemersatu rakyat Indonesia yang kala itu tercerai-berai. Meskipun dengan teknik cetak yang digunakan pada waktu itu sederhana—dengan teknik cangkil kayu dan sablon—poster-poster perjuangan yang diciptakan bisa megobarkan semangat persatuan bangsa.

Poster-poster yang diciptakan pada waktu itu di buat oleh para seniman dari berbagai perkumpulan seni, seperti; Seniman Indonesia Muda (SIM), Pusat Tenaga Pelukis Indonesia (PTPI), Barisan Perjuangan, dan Pelukis Masyarakat. Karena para seniman yang berprofesi membuat dan menciptakan poster, sebutan desain poster pada waktu itu belum dikenal, yang dipahami masyarakat, seni poster atau seni pariwisata.

Para seniman, membuat poster-poster perjuangan untuk mengobarkan semangat persatuan bangsa. Seperti yang dilakukan seniman Yogyakarta yang tergabung dalam Pusat Tenaga Pelukis Indonesia, mereka membuat poster pada malam hari di alun-alun dan disaksikan masyarakat. Tujuannya selain hiburan, juga sebagai poropaganda perjuangan yang efektif.

Poster-poster yang di buat di Yogyakarta terpancang di jalan-jalan kota yang berupa poster pancang, dan poster cetak disebar ke seluruh daerah luar Yogyakarta melalui perantara Djawatan Kereta Api, Tentara Keamanan Rakyat dan Angkatan Laut Republik Indonesia.

Seiring dengan terdesaknya kota-kota lain oleh Belanda dan salah satunya kota Bandung, para seniman Bandung turut berhijrah ke Yogyakarta, yang kala itu menjadi ibu kota negara. Pembuatan poster-poster perjuangan pun berpusat di sana. Para seniman dari berbagai perkumpulan pun bersatu untuk berjuang melawan penjajahan dengan media poster yang mereka ciptakan.<sup>1</sup>

Sekarang, setelah enam puluh tiga tahun Indonesia merdeka dan begitu banyak perubahan terjadi, keberadaan media poster masih sering kita jumpai. Poster masih merupakan media yang efektif dalam mempengaruhi dan memberi informasi bagi khalayak. Pembuatan poster tidak dikerjakan oleh seniman saja tetapi sekarang muncul profesi baru yang disebut desainer grafis atau desainer komunikasi visual.

Seniman yang di masa awal kemerdekaan selain berkarya seni murni juga berkarya seperti halnya desainer, sekarang mereka lebih fokus dalam profesinya sebagai seniman yaitu berkarya mengapresiasi kehidupannya dalam karya seni murni, yang sekarang muncul dengan nama seni visual yang mana nama seni visual seperti di katakan Mikke Susanto<sup>2</sup>, lebih luas dibanding dengan nama seni rupa.

Yogyakarta sampai sekarang ini dikenal dengan sebutan Kota gudangnya para seniman, karena ditinjau dari segi sejarah, kota Yogyakarta sebagai tempat dimana para seniman berjuang mempersatukan Indonesia dan terbentuknya Negara Republik Indonesia.

---

<sup>1</sup> A.D. Pirous, "Sejarah Poster Sebagai Alat Propaganda Perjuangan Indonesia," *Jurnal Ilmu Desain* (Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung, Vol. 1 No. 3 2006), pp. 140 – 143.

<sup>2</sup> Pembukaan Pameran "Artmosphere Academic" di Jogja Gallery, 18 Desember 2007.

Yogyakarta dengan predikat kota seni dan budaya dan sebagai gudangnya seniman, sekarang telah memiliki sebuah galeri umum bertaraf internasional yang bernama Jogja Gallery. Galeri tersebut diresmikan 12 September 2006 oleh Sultan Hamengku Buono X, dengan tujuan untuk menampung aktivitas kesenian di Yogyakarta.<sup>3</sup>

Dalam aktivitasnya diantaranya pameran seni visual, Jogja Gallery menggunakan media poster sebagai salah satu media promosinya. Satu tahun sejak berdirinya, Jogja Gallery sudah cukup memberikan gambaran mengenai perkembangan eksistensi galeri tersebut, juga poster yang dibuat dalam setiap *even* pamerannya.

Dari poster-poster yang di buat pihak Jogja Gallery selama setahun, sebanyak delapan dari dua belas poster berilustrasikan karya seni, dari salah satu karya yang di pamerkannya. Hal ini yang menjadi daya tarik tersendiri untuk dikaji dan dianalisa lebih dalam tentang ilustrasi poster-poster tersebut.

Mengutip dari pengantar Yasraf Amir Piliang dalam buku Semiotika Komunikasi Visual, bahwa “karya seni rupa khususnya seni rupa modern memiliki fungsi signifikasi, yang mana fungsi signifikasi adalah fungsi dimana penanda (*signifier*) yang bersifat konkret dimuati dengan konsep-konsep abstrak, atau makna, yang secara umum disebut petanda (*signified*)”.<sup>4</sup> Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa karya seni rupa baik itu berbentuk dua dimensi maupun tiga dimensi merupakan sebuah penanda yang dimuati petanda atau makna.

---

<sup>3</sup> Kompas Kamis 21 September 2006.

<sup>4</sup> Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual* (Yogyakarta; Jalasutra, 2008), p. x.

Dalam poster-poster pameran Jogja Gallery yang berilustrasikan foto dari karya seni yang di pameran, tentu saja ada makna yang secara tersirat ingin di sampaikan, disamping sebuah informasi tentang adanya pameran. Makna tersebut bisa di tafsirkan dengan mengidentifikasi tanda-tanda dari poster, baik tanda verbal maupun tanda visual.

Semiotika yang secara etimologis, “berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti ‘tanda’”<sup>5</sup>, adalah sebuah ilmu yang mempelajari keberadaan suatu tanda, dan dalam tanda ada sesuatu yang tersembunyi dibaliknya dan bukan merupakan tanda itu sendiri<sup>6</sup>.

Karya seni visual dan karya poster sebagai sebuah tanda keduanya merupakan sebuah teks. Teks bisa diartikan sebagai “seperangkat tanda yang ditransmisikan dari seorang pengirim kepada seorang penerima melalui medium tertentu dan dengan kode-kode tertentu”<sup>7</sup>, dan teks dalam penertian yang paling sederhana adalah “kombinasi tanda-tanda.”<sup>8</sup>

Poster-poster pameran seni visual di Jogja Gallery, merupakan sebuah teks yang terdiri dari kombinasi elemen tanda-tanda, “dengan kode dan aturan tertentu, menghasilkan sebuah ekspresi bermakna”<sup>9</sup>, dan kajian semiotika merupakan pisau sebagai alat untuk membedah tanda-tanda yang ada dalam poster-poster tersebut.

---

<sup>5</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), p. 95.

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 53.

<sup>8</sup> Sebuah kutipan dalam Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna* (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), p. 270.

<sup>9</sup> Yasraf Amir Piliang, *Op. Cit.*, p. 270.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, apa makna ilustrasi yang terkandung pada poster-poster pameran seni visual di Jogja Gallery?

## **C. BATASAN MASALAH**

1. Batasan dan kajian, dibatasi hanya pada poster-poster pameran seni visual yang diadakan oleh Jogja Gallery selama periode 19 september 2006 hingga 19 september 2007.
2. Ruang lingkup pembahasan adalah menganalisa tanda-tanda dalam poster pameran seni visual di Jogja Gallery untuk mengetahui makna yang terkandung dalam ilustrasi poster tersebut.
3. Pendekatan yang akan dilakukan dalam menganalisis dan mengkaji, melalui penelitian deskriptif dengan pendekatan semiotika komunikasi visual.

## **D. TUJUAN PENELITIAN**

Dalam penelitian ini yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk mengetahui makna ilustrasi pada poster-poster pameran seni visual di Jogja Gallery.

## **E. DEFINISI OPERASIONAL**

### **1. Kajian Semiotik**

Semiotika sendiri secara sederhana didefinisikan sebagai suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Semiotika atau dalam

istilah Barthes semiologi, pada dasarnya mempelajari bagaimana *humanity* memaknai hal-hal (*think*).<sup>10</sup>

Tanda (*sign*) adalah sesuatu yang memiliki makna, yang mengkomunikasikan pesan-pesan pada seseorang. Dan segala sesuatu yang bisa menjadi tanda, misalnya sebuah buku, film, bangunan, dan juga iklan.

a) Tanda

Tanda dalam sistem makna dipisahkan dalam dua komponen yaitu penanda (*signifer*) dan petanda (*signified*). Penanda menunjukkan pada dimensi konkrit dari tanda, sedangkan petanda merupakan sisi abstrak dari tanda.

b) Tanda Visual

Poster adalah salah satu medium dari periklanan yang memiliki fisik dan karakter desain komunikasi visual yang dapat dilihat atau mempergunakan mata sebagai sensasi penglihatan. Sedangkan tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indera kita; tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu; dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya.<sup>11</sup>

Menurut Peirce sebuah tanda mengacu pada suatu acuan dan representasi adalah fungsi utamanya. Dalam pengertian semiotik yang termasuk tanda adalah kata-kata, citra, suara, bahasa tubuh (*gesture*) dan juga objek.

---

<sup>10</sup> Alex Sobur. *Semeotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), p. 15.

<sup>11</sup> John Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), p. 61.

Menurut Peirce hubungan tanda dengan acuannya memiliki tiga bentuk<sup>12</sup>: Pertama, Ikon adalah sebuah hubungan dimana hubungan antara tanda dan acuannya berupa hubungan kemiripan. Misalnya potret, peta geografis dan Patung. Kedua, indeks dimana hubungan tanda muncul karena kedekatan eksistensi yang bersifat kausal (sebab akibat). Ketiga, simbol yaitu hubungan yang terbentuk secara konvensional, misalnya makna warna bendera Indonesia. merah menyimbolkan keberanian dan putih menyimbolkan kesucian.

c) Makna Visual.

Dalam kamus besar Indonesia makna berarti *maksud*. Menurut Peirce makna juga disebut tanda, dan merupakan sisi abstrak dari tanda. Sedangkan menurut Ronald Barthes tanda (*sign*) memiliki makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif adalah makna yang digunakan untuk mendeskripsikan makna definisional, literal, gamblang, atau *common sense* dari tanda. Sedangkan makna Konotatif mengacu pada asosiasi-asosiasi budaya sosial dan personal (ideologis, emosional dan lain sebagainya).

2. Ilustrasi Berupa Karya Seni

a) Ilustrasi

Ilustrasi atau *illustration* berasal dari bahasa latin *illustrate* artinya menerangkan, dapat berupa gambar, simbol, relief musik yang tujuannya untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Alex Sobur, *Op. Cit.*, p. 158.

<sup>13</sup> Sigit Santoso, *Advertising Guide Book* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), p. 145.

Visualisasi dihasilkan dari suatu tulisan dengan teknik *drawing*, lukisan, fotografi. Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghias suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya

b) Karya Seni

Herbert Read dalam bukunya yang berjudul *The Principles of Art* (1959), menyebutkan bahwa seni merupakan usaha manusia untuk menciptakan bentuk-bentuk yang menyenangkan. Bentuk yang menyenangkan dalam arti bentuk yang dapat membingkai perasaan keindahan dan perasaan keindahan itu dapat terpuaskan apabila dapat menangkap harmoni atau suatu kesatuan dari bentuk yang disajikan.<sup>14</sup>

Suzanne K. Langer yang dirujuk dalam buku berjudul *The Principles of Art Collingwood* (1974), seni merupakan simbol dari perasaan. Seni merupakan kreasi bentuk simbolis dari perasaan manusia. Bentuk-bentuk simbolis yang mengalami transformasi yang merupakan universalisasi dari pengalaman, dan bukan merupakan terjemahan dari pengalaman tertentu dalam karya seninya melainkan formasi pengalaman emosional dan bukan dari pikiran semata.<sup>15</sup>

Dari pendapat dua tokoh di atas, bisa dijelaskan bahwa karya seni adalah karya ciptaan manusia berupa simbol dari perasaan yang merupakan kreasi bentuk simbolis dari perasaan manusia

---

<sup>14</sup> Kutipan dari, Dharsono Soni Kartika, *Seni Rupa Modern* (Bandung: Rekayasa Sains, 2004), p. 2.

<sup>15</sup> *Ibid.*

### 3. Poster.

Plakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan).<sup>16</sup> Atau kertas cetak berukuran besar yang memuat gambar sesuatu. Poster dibuat untuk ditonton dipasang di dinding atau permukaan datar lainnya. Poster bisa digunakan untuk iklan, pendidikan, propaganda, dan dekorasi.

Poster bisa diartikan juga sebagai “iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembar kertas dan ditempatkan pada panel, dinding, atau kaca jendela”.<sup>17</sup>

### 4. Pameran Seni Visual

Pameran seni pada dasarnya adalah memamerkan sebagian besar karya seni yang dibuat oleh para seniman/perupa kepada publik.

---

<sup>16</sup> Frank Jafkins, *Periklanan* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1996), p. 45.

<sup>17</sup> Nuradi, dkk. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996), p. 130

## **F. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Manfaat Teoritis**

Dengan penelitian ini, diharapkan secara teoritis mampu sebagai pemicu lahirnya teori-teori baru dalam perkembangan desain komunikasi visual, khususnya dalam memaknai sebuah karya-karya desain komunikasi visual.

### **2. Manfaat Praktisis**

#### **a) Bagi Mahasiswa**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memaknai sebuah karya desain komunikasi visual, dan dapat mempraktekannya dalam perancangan karya desain komunikasi visual.

#### **b) Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan lebih memperkaya keilmuan desain komunikasi visual, dan bisa menjadikan inspirasi dalam memadukan ilmu desain komunikasi visual dengan bidang ilmu yang lain.

#### **c) Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan sebagai pengetahuan baru dalam memaknai sebuah karya desain komunikasi visual, dan sebagai jemburan komunikasi antara masyarakat dengan desainer.