

## V. PENUTUP

### A. Kesimpulan

Sistem tanda dalam infografis KPK terdiri dari tanda verbal dan tanda visual yang memberikan sebuah makna melalui kode dalam sistem penandaan. Kode tersebut memuat pesan sesuai dengan sosial budaya pada lingkungan peneliti. Dengan cara melakukan pembongkaran kode pada tanda visual dan tanda verbal tersebut mendapatkan makna secara konotatif pada konteks yang dibangun oleh KPK dalam mempersuasif *Target Audiens*. Tanda verbal dapat berupa huruf, kata, atau kalimat yang diterapkan pada gaya bahasa dan gaya penulisan yang dipakai. Sedangkan tanda visualnya dapat berupa warna, komposisi, layout, warna, huruf, ilustrasi yang dapat diklasifikasikan berdasarkan penggambarannya. Klasifikasi tanda visual tersebut dapat dibedakan menjadi tanda ikonis, indeksikal dan simbolis.

Berdasarkan pembacaan pada infografis KPK yang dimuat dalam *microsite* [acch.kpk.go.id](http://acch.kpk.go.id) menunjukkan bahwa KPK berupaya untuk mengedukasi masyarakat mengenai kasus korupsi yang menjerat segelintir orang di jajaran pejabat tinggi negara. Infografis tersebut menggunakan pendekatan naratif eksploratif yang memadukan bahasa verbal dan bahasa visual dalam satu wadah. Penggunaan ilustrasi merupakan gambaran perumpamaan KPK dalam merekonstruksi kejadian. Seperti pada infografis “Main Kotor Daging Impor”, KPK berupaya memberikan sebuah ilustrasi dengan penggambaran ikon tersangka sedang melakukan pemotongan daging sapi dengan latar tempat dapur sebagai arena permainan kotor. Penggambaran dengan ilustrasi tersebut dapat menarik

pembaca untuk mengeksplorasi makna sesuai dengan konteks jejak kasus yang disampaikan oleh KPK. Dalam penggambaran infografis tersebut KPK memanfaatkan ilustrasi sebagai penanaman pesan edukasi melalui ikonitas pada tersangka sebagai pramusaji dan koki, indeksikal pada ekspresi wajah dan gestur tubuh ikon tersangka, serta simbolis pada pakaian yang dikenakan oleh ikon tersangka. Tanda visual dan tanda verbal menjalin sebuah jalinan yang dihubungkan dengan konteks pembahasan yang diberikan oleh KPK. Pada akhirnya ilustrasi yang ada dalam infografis merupakan representasi dari jejak kasus korupsi yang dilakukan KPK sehingga membentuk sebuah citra bagi KPK sebagai lembaga independen negara dalam memberantas korupsi di Indonesia.

Secara keseluruhan infografis KPK merupakan sebuah upaya komunikasi yang dilakukan untuk memberikan sebuah nilai edukasi dan *awareness* akan jejak kasus yang dilakukan KPK. Di sisi lain infografis ini merupakan upaya KPK dalam membuat *positioning* dalam memberikan citra sebuah lembaga. Hal ini berkaitan dengan citra KPK yang merosot dikarenakan adanya upaya penjejalan di dalam tubuh KPK, baik secara internal dan maupun eksternal. Beberapa petinggi KPK dilaporkan memiliki kasus yang berakhir dengan kosongnya kursi kepemimpinan sehingga kasus korupsi yang ditangani menjadi terganggu. KPK sebagai lembaga independen kerap dijadikan oleh beberapa pemangku kepentingan sebagai musuh yang menggantungkan sumber penghasilan dari pendapatan negara. Salah satu kasus yang terkenal dalam upaya penjejalan KPK adalah Cicak vs Buaya yang terdiri dari dua jilid. Secara keseluruhan infografis, KPK berusaha mempersuasif masyarakat untuk bersama-sama memberantas

korupsi. KPK berusaha menghapus mitos korupsi sebagai sebuah kebudayaan dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Infografis ini merupakan gabungan antara catatan perjalanan kasus yang ditangani KPK melalui kajian selama bertahun-tahun yang dituangkan dalam gaya jurnalistik dalam konteks penyampaian makna melalui pendekatan desain komunikasi visual. Diharapkan dengan penggunaan infografis ini, pembaca dapat dengan mudah mengimajinasikan dibandingkan dengan pembuatan laporan Keterbukaan Informasi Publik dalam bentuk kajian ilmiah ataupun jurnal. Sehingga diharapkan pula melalui karya desain komunikasi visual pembaca dapat memetik pelajaran dalam jejak kasus korupsi yang sudah dideskripsikan KPK dalam infografis.

Dalam membaca dan mengidentifikasi tanda pada infografis KPK dalam menghasilkan makna, peneliti menggunakan metode analisis Triadik Sumbo Tinarbuko. Pendekatan analisis dengan metode ini memberikan sebuah pemahaman baru akan pencarian makna berdasarkan subjek DKV dalam hal ini infografis dengan memandang teori semiotika serta target audiens sebagai objek kajian. Sehingga didapati sebuah hasil analisis yang mengacu pada teks, konten dan konteks pada infografis yang dibangun oleh KPK melalui pendekatan desain komunikasi visual.



## B. Saran

Melalui kajian yang sudah dilakukan oleh peneliti, didapati bahwa masih banyak yang harus dikembangkan dari segi pemaknaan infografis. Sistem pemaknaan tanda merupakan sebuah kajian yang harus ditegakkan dalam ranah pendidikan desain komunikasi visual. Hal ini dikarenakan semiotika merupakan sebuah pondasi bagi terciptanya desain komunikasi visual dalam memberikan sebuah pesan kepada pembaca melalui sistem tanda. Ada pepatah bahwa “gambar dapat memberikan berjuta makna”, artinya bahwa setiap gambar mempunyai kekuatan dalam membentuk persepsi, opini dan makna yang berbeda-beda. Dengan mempelajari proses *decoding* maka segala sesuatu yang berkaitan dengan *encoding* dapat dikaitkan dengan konteks kebudayaan dimana *target audience* berada. Tanpa adanya kontekstualisasi budaya maka dapat dipastikan komunikasi yang dilakukan dapat berubah menjadi mis komunikasi sehingga pesan yang dibuat tidak akan dimengerti.

Selanjutnya saran dari peneliti adalah ranah desain komunikasi visual bukan lagi mempelajari ilmu pada aspek estetika saja, namun juga disiplin ilmu yang lainnya untuk dapat membantu mengkomunikasikan pesan kepada target audience dengan tepat sasaran. Aspek politik menjadi sebuah kajian menarik dilihat dari pembahasan secara komunikasi visual yang dilakukan oleh KPK. Sistem pelajaran tersebut termasuk dalam kerjasama riset dengan disiplin ilmu lain tergantung dengan tema dan kontekstualisasi karya desain yang akan digunakan. Infografis KPK membuktikan bahwa, desain komunikasi visual dapat mengkomunikasikan pesan dalam konteks sosial, politik dan ekonomi. Semakin

hari sistem *sharing* antar multidisplin bukan hanya berlaku pada dunia pendidikan namun juga merembet kepada bidang lainnya. Jika dunia pendidikan tidak mengedepankan konsep *sharing* multidisplin maka dapat dikatakan pendidikan indonesia kelak akan jalan ditempat. Begitu juga dengan pendidikan desain komunikasi visual yang bergerak di bidang kreatif. Bidang kreatif indonesia akan berkembang jika pendidikannya dapat menerapkan program *sharing* dengan menggunakan jaringan secara nirkabel melalui internet. *Sharing* ekonomi seperti yang telah dikumandangkan oleh pemerintah melalui MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) merupakan contoh *economical sharing* dalam lingkup Negara ASEAN di bidang ekonomi. Tidak dapat dihindari bahwa internet merupakan sebuah media yang hampir tanpa sekat, semua orang berkumpul pada suatu titik dimana semua orang bisa terhubung dan melakukan kegiatan *sharing*. Alangkah baiknya sebagai instansi pendidikan, Pascasarjana ISI Yogyakarta mampu menjembatani mahasiswa untuk bersaing bukan hanya diwilayah lokal namun juga internasional. Diharapkan dengan sistem *sharing* edukasi dengan negara lain maka eksistensi desain komunikasi visual sebagai ilmu yang aplikatif dan solutif tidak dapat dihindari. Selain itu, *sharing* edukasi juga mempunyai fungsi dalam memperkenalkan budaya lokal kepada masyarakat dunia melalui dunia pendidikan.

Selanjutnya peneliti memberikan saran dengan mencari objek visual lain yang berkaitan dengan lembaga Negara. Hal ini berkaitan dengan proses pencarian makna sehingga menghasilkan mitos bahkan ideologi masyarakat indonesia melalui kode-kode yang ada didalamnya. Peneliti merasa bahwa kajian

yang dilakukan oleh peneliti masih bersifat dasar dalam memahami tanda pada tahap makna konotasi. Dengan hasil kajian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan dengan studi kasus yang sama sampai pada tahap pemaknaan pada aspek mitologi bahkan sampai pada ideologi . Peneliti menyadari bahwa hasil kajian ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini berkaitan dengan terbatasnya pengetahuan, waktu serta dana dalam melakukan kajian terhadap infografis KPK. Sehingga dapat dikatakan bahwa masih banyak hal yang menarik yang dijadikan bahan penelitian pada kajian desain komunikasi visual sebagai ilmu pemroduksi.



## Daftar Pustaka

### Dari buku dan literatur

Ambrose, Gavin & Harris, Paul, (2003), *The Fundamentals of Creative Design*, Toronto:Ava Publishing.

Barthes, Rolland.(1973), *S/Z*, terjemahan Hill and Wang Farrat, New York:Straus and Giroux,Inc.

Berger, Arthur Asa. (2000), *Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer* terjemahan M.Dwi Marianto, Yogyakarta: PT. Tiara Wacana

Nasbahry Couto. (2010), *Psikologi Persepsi Dalam Desain Komunikasi Visual*. Padang:UNPpress

Cullen, Kristin. (2012), *Design Elements Typography Fundamentals.*, Massachusetts:Rockport Publisher

Dwi Marianto. (2012), *Menempa Quanta Mengurai Seni*,Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta

Onong Uchjana Effendy. (1984), *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Karya, Bandung..

\_\_\_\_\_ (1993), *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti

Eco, Umberto. (2011), *A Theory of Semiotics* terjemahan Inyak Ridwan Muzir. Bantul:Kreasiwarna

Fiske, John . (2012), *Introduction To Communication Studies* terjemahan Hapsari Dwiningtyas. Jakarta : PT Rajagrafindo Perkasa

Fiadcara, Jorge. (2004), *Communication Design: Principles, Method, And Practice*, New York :Allwort Press

Hembre, Ryan. (2008). *The Complete Graphic Designer*, Massachusetts:Rockport Publisher

Benny H. Hoed. (2014), *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*, Komunitas Bambu:Depok.

Holmes, Nigel. (1986), *Designer's Guide To Creating Chart &Diagrams*,New York: Watson-Guptill Publications

Itten, Johannes. (1970), *The Element of Color*, Terjemahan Otto Mayer Velrag New York: Van Nostard Reinhold Company

Inigopatria, dkk. (2014), *Indonesia dalam Infografik*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas

Krum, Randy. (2013), *Cool Infographics*. New Jersey:WILEY

Moleong, Lexy. (2012), *Meotodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nawawi, Hadari. (1993), *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta : Penerbit Gadjah Mada University Press

Rakhmat, Jalalludin. (2004), *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Sherin, Aaris. (2012), *Design Elements: Color Fundamentals*. Massachusetts: Rockport Publisher

Smiciklas, mark. (2012), *The Power of Infographic*, Indianapolis, USA: Pearson Education

Alex Sobur. (2004), *Semiotika Komunikasi*. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya

Yasraf Amir Piliang.(2003), *Hiper-semiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Yogyakarta:Penerbit Jalasutra

Sumbo Tinarbuko. (2008), *Semiotika Komunikasi Visual*, Jalasutra:Yogyakarta

\_\_\_\_\_.(2016), *Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat*, dalam Jurnal Pangung Vol 26 No. 2, Juni 2016 : 181-194

## Webtografi

Febrimarani Malinda (2012) “Konstruksi Makna Perempuan dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika R. Barthes pada Iklan Televisi AXE Versi “Harga Minim”)”

<http://etd.repository.ugm.ac.id>

Freddy Yusanto (2008) “Kode Budaya Indonesia pada Iklan Televisi 'Cahaya Asa' (Studi Semiotika Iklan Televisi PT. XYZ yang Bertemakan Rumahku Indonesiaku)”

<http://digilib.itb.ac.id>

Hartmann, Frank. 2007. Visualizing Social Facts: Otto Neurath's Isotype Project. [www.medienphilosophie.net/texte/Neurath\\_engl.pdf](http://www.medienphilosophie.net/texte/Neurath_engl.pdf)

Ika Rizki Yustisia (2015) “Representasi Perempuan Pelaku Korupsi Di Media Massa (Analisis Semiotika Pada Laporan Utama Majalah Tempo Tahun 2011-2013)”

<http://etd.repository.ugm.ac.id>

Sandi Ekayuda (2009) “Makna Tanda Dalam Iklan Kampanye Pilkada Jabar Di Televisi”

<http://digilib.itb.ac.id>

Subandrio (2000) “Kajian Tanda Dan Kode Visual Pada Desain Prangko Indonesia Periode Tahun 1946 – 1998”

<http://digilib.itb.ac.id>

Sumbo Tinarbuko (2003), “Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual”, dalam Jurnal Nirmana Vol. 5, No. 1, Januari 2003: 31 - 47

<http://puslit2.petra.ac.id/gudangpaper/files/2235.pdf>

Utami, Birmanti Setia. (2012) “Makna Konotasi Iklan Produk Susu Bebelac 3” <http://lib.isi.ac.id>

Uyan Dur, Banu Inanc (2014), “Data Visualization and Infographics In Visual Communication Design Education at The Age of Information” , dalam *Journal of arts and humanities-vol* , No. 5 2014 :39-50

<http://www.theartsjournal.org>



## Tautan

<http://kpk.go.id> diakses pada tanggal 12 Februari 2016 pukul 20.35

<http://acch.kpk.go.id> diakses pada tanggal 12 Februari 2016 pukul 20.56

<http://dgi-indonesia.com/layout/> diakses pada tanggal 12 April 2016 pukul 20.30

[http://en.wikipedia.org/wiki/William\\_Playfair](http://en.wikipedia.org/wiki/William_Playfair) diakses pada tanggal 15 April 2016 pukul 22.15

[http://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_graphics](http://en.wikipedia.org/wiki/Information_graphics) diakses pada tanggal 15 April 2016 pukul 22.37

[www.fulltable.com/](http://www.fulltable.com/) diakses pada tanggal 16 April 2016 pukul 21.56

<http://www.englishblog.com/infographics/> diakses pada tanggal 19 April 2016 pukul 20.34

<http://dgi-Indonesia.com/layout/> diakses pada tanggal 19 April 2016 pukul 20.57

<http://archive.feedblitz.com/857824/~4564616> diakses pada tanggal 20 April 2016 pukul 23.17

<http://www.dumetschool.com> diakses pada tanggal 25 April 2016 pukul 21.27

