

**JURNAL TUGAS AKHIR**  
**MAKNA KONOTASI PADA *COVER* BUKU**  
**KUMPULAN CERITA KOALA KUMAL**  
**BERGAYA PERSONAL BRANDING**



Oleh:  
Stanley Lucius Berland  
NIM: 1210023124

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**JURUSAN DESAIN**  
**FAKULTAS SENI RUPA**  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**  
**2017**



## ABSTRAK

Makna Konotasi Cover Buku Kumpulan Cerita Koala Kumal Bergaya Personal Branding

Oleh : Stanley Lucius Berland

NIM : 1210023124

Salah satu alasan *cover* buku dibuat adalah untuk membuat kemasan buku tersebut terlihat menarik. Raditya Dika adalah seorang komedian juga penulis memiliki gaya tersendiri dalam setiap *cover* buku yang ia tulis. Penggunaan nama hewan sebagai judul serta adanya ilustrasi visual sang penulis menjadikan *cover* buku memiliki ciri khas tersendiri yang secara desain komunikasi visual terdapat strategi *personal branding*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna konotasi pada *cover* buku Koala Kumal. Penelitian deskriptif kualitatif ini memilih pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Manfaat penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam desain komunikasi visual khususnya mengenai semiotika, *personal branding*, serta retorika visual dalam mengkaji *cover* buku.

Analisa dilakukan dengan menggunakan Triadik Sumbo Tinarbuko. Hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa tanda verbal dan visual ilustrasi penulis memiliki makna konotasi *image personal branding* penulis dalam hal ini Raditya Dika. Dalam pembuatan tanda verbal pada *cover* buku, retorika visual juga hadir dalam upaya penyampaian pesan antara penulis dengan pembaca melalui pesan tanda verbal. Unsur kebaruan juga hadir dalam hal strategi *personal branding* yang digunakan penulis dengan menggunakan nama hewan serta ilustrasi visual penulis yang selalu terpajang pada *cover* buku karangan penulis.

**Kata kunci:** *Cover*, *Buku*, *Novel*, *Raditya Dika*, *Semiotika*, *Roland Barthes*, *Koala Kumal*, *Retorika Visual*

## **ABSTRACT**

*Connotation Meaning Analysis on Personal Branding Style of Koala Kumal's Book Cover*

By : Stanley Lucius Berland

NIM : 1210023124

*One of the reasons in the book cover design making is to produce an appealing look. Raditya Dika, as a comedian and writer, has his own style in designing cover for his books. By using animal names for his book titles as well as using of the writer's pictures for the illustration of his book covers creates a special identity for his books in which in visual communication design is perceived as a personal branding. This study attempts to analyse connotative meaning in Koala Kumal's book cover. This qualitative descriptive research uses semiotic analysis approach of Roland Barthes. The significance of this study will add knowledge in visual communication design field, especially in semiotic, personal branding, and using visual rhetoric as theory to analyse cover book.*

*The analysis was conducted using Sumbo Tinarbuko's triadic. The result shows that verbal messages and visual illustration of the writers has connotative meaning image personal branding which is Raditya Dika himself. In the making of verbal messages of the book cover, visual rhetoric is also presented to deliver messages between the writer and the readers through verbal codes. The element of novelty is presented in the strategy of personal branding which is used by the writer by putting animal names as well as the visual illustration of the writer for the book cover.*

**Keywords:** *Cover, Books, Novels, Raditya Dika, Semiotics, Roland Barthes, Koala Kumal, Visual Rhetoric*

## I. Pendahuluan

### A. Latar Belakang Masalah

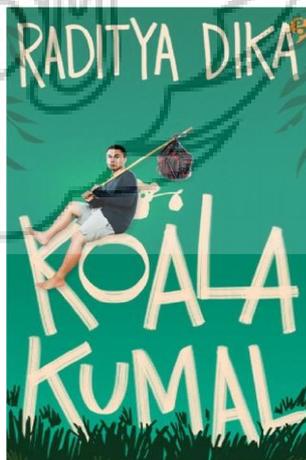
Berkembangnya zaman yang begitu cepat menjadikan membaca menjadi sebuah kebutuhan yang diharuskan bagi setiap individu dalam bersaing di era globalisasi. Salah satu faktor yang menarik minat masyarakat untuk membaca bisa melalui *cover*, judul buku, penulis buku, atau informasi yang didapat pada tulisan di *cover* buku yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

*Cover* buku merupakan perwakilan dari isi buku yang ditampilkan dalam bentuk hanya satu kertas yang dapat membentuk dua sisi, yakni di depan serta bagian belakang buku. Alasan *cover* buku dibuat adalah untuk membuat kemasan buku tersebut terlihat menarik, sehingga buku tersebut memiliki nilai jual yang tinggi. Terdapat beberapa tahapan proses dalam membuat *cover* buku, ada yang disebut proses desain. Sebelum masuk ke proses desain, langkah pertama adalah menentukan konsep desain terlebih dahulu dengan orientasi kepada isi buku. Membuat konsep desain sebaiknya dilakukan oleh penulis, karena penulislah yang mengetahui secara detail isi semua buku tersebut, sehingga konsep membuat *cover* buku dapat dibuat dengan cepat, akurat, dan sesuai dengan isi buku.

*Cover* merupakan faktor penting yang mempengaruhi penjualan buku serta merupakan wajah dari isi buku. J.D Smith dalam artikelnya yang berjudul *The Importance of Cover Design* mengatakan desain sampul merupakan wajah dari buku, apabila terkesan amatir maka pembaca akan beranggapan buku tersebut dibuat oleh amatir, Apabila dibuat seadanya maka pembaca akan menganggap buku tersebut dibuat dengan dana yang murah, tanpa editor dan mengandung prosa yang buruk.

Raditya Dika (lahir Desember 28, 1984) adalah seorang komedian dan *creativepreneur*. Raditya lebih dahulu dikenal sebagai seorang penulis enam buku nasional *bestseller* dari mulai yang pertama

Kambing Jantan (2005) hingga yang terakhir Koala Kumal (2015). Dia juga penulis skenario komik yang diterjemahkan oleh komikus Dio Rudiman menjadi Komik Kambing Jantan I dan Komik Kambing Jantan II serta beberapa film seperti Maling Kutang, Cinta Brontosaurus, Manusia Setengah Salmon, dan Marmut Merah Jambu. Uniknya seluruh karya Raditya Dika memiliki desain *cover* yang berbeda dari desain *cover* buku pada umumnya. Tipografi yang dibuat sendiri alias *custom*, identitas penulis yang selalu berada di *cover* depan dengan ukuran tipografi yang cukup besar, serta yang ketiga ialah foto penulis yang selalu terpajang disetiap karyanya menjadi 3 elemen penting dalam *cover* buku buku karangan Raditya Dika. Ketiga hal tersebut kemudian menjadi daya tarik tersendiri pada *cover* buku Raditya Dika dalam menarik target audiens. Jika dalam desain, desain *cover* berperan sebagai ujung tombak bagi sebuah buku untuk menarik minat target audiens, maka tidak dengan buku buku karangan Raditya Dika, identitas penulislah yang menjadi daya tarik target audiens.



**Gambar 1.1 : Cover Buku *Koala Kumal* karangan Raditya Dika**

*Sumber gambar : dokumentasi Stanley Lucius 2015*

Dalam kasus *cover* Raditya Dika, jika dikaitkan dalam buku *Defining Visual Rhetorics* oleh Charles A. Hill dan Maguerite Helmers pada *chapter* pertama mendefinisikan psikologi retorika gambar

bagaimana visual bekerja dalam membujuk audiens menjelaskan bahwa apabila informasi yang disampaikan secara jelas akan lebih memicu reaksi emosional dari seseorang dibanding yang kurang. Dalam beberapa eksperimen yang telah dilakukan juga membuktikan bahwa gambar cenderung lebih persuasif dibandingkan dengan teks. Charles A. Hill dan Maguerite Helmers (2008:37) juga mengungkapkan bahwa

*What makes such identifications insidious is precisely the fact that we usually don't think about them. Roy Fox claims that advertisers generally don't want to persuade people to buy their products, because persuasion implies that the audience has given the issue some thought and come to a conscious decision. Instead, advertisers want to transform people. They want to compel people to buy a product without even knowing why they're buying it—as a visceral response to a stimulus, not as a conscious decision. And this is best done through images.*

Yang mana apabila diparafrasekan mengatakan bahwa Roy Fox mengklaim bahwa pembuat iklan secara umum tidak ingin membujuk orang untuk membeli produk mereka karena membujuk dapat membuat calon pembeli dihadapkan pada sebuah isu problematika dimana pada akhirnya akan merujuk pada keputusan secara sadar. Melainkan mereka ingin memaksa konsumen untuk membeli produk mereka secara tidak sadar melalui rangsangan mendalam dan hal tersebut dilakukan dengan baik melalui gambar. Susan Chritton yang berjudul *Personal Branding for Dummies*, ia mengutip tulisan Marty Neumeier tentang “bagaimana mengiklankan diri anda secara baik yang terdiri dari 5 cara diantaranya *differentiate, collaborate, innovate, validate, cultivate*” yang mana Raditya Dika memilih *innovate* sebagai langkah yang diambil pada cover buku-nya. Ia memutuskan untuk menyelipkan *personal branding* ke dalam cover bukunya sebagai nilai *plus* dari branding yang telah ia lakukan selama menjadi *stand-up comedian*. Jean Paul Sartre dalam bukunya berjudul Psikologi imajinasi mengatakan bahwa materi dapat membentuk imaji dalam benak manusia maka foto penulis yang diterapkan pada desain

*cover* buku Radikus Makankakus berperan sebagai materi berupa benda yang dapat membentuk imaji dalam benak manusia. Raditya Dika sebagai penulis telah menciptakan persepsi di benak masyarakat sebagai komedian yang sangat menghibur atau lucu. Hal itulah yang menyebabkan kemudian target audiens menjadi tertarik untuk memiliki buku karangan Raditya Dika. Terbukti dari data kuantitatif yang telah dikumpulkan oleh penulis sebanyak 55 responden yang didapat terdapat rasio sebesar 50.9% setuju bahwa ilustrasi pada *cover* memiliki peran penting dalam membuat konsumen tertarik untuk mengetahui buku dari Raditya Dika yang berjudul *Koala Kumal* (2015) dari 3 elemen secara keseluruhan. Selain itu sebanyak 47,3% dari jumlah responden (55 responden) belum mengetahui adanya *personal branding* pada *cover* buku dimana jumlah ini hampir setengah dari jumlah total responden. Padahal dari 55 responden sebanyak 89,1% menjawab menyukai buku serta sebanyak 98,2% menyatakan bahwa *cover* buku berperan penting dalam sebuah penjualan buku. Hal ini menjadikan penulis memiliki tantangan tersendiri untuk mengkaji lebih dalam mengenai topik bahasan, padahal hampir seluruh dari jumlah responden menyukai buku.

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data secara kuantitatif guna menguatkan nilai objek penelitian. Referensi analisis teori semiotika Roland Barthes, psikologi retorika visual oleh Charles A. Hill dan Marguerite Helmers serta *Personal Branding* oleh McNally dan Speak dalam buku Dewi Haroen tentang tiga hal mendasar dalam *personal branding* tentang kekhasan, relevansi, dan konsistensi akan digunakan penulis dalam meneliti pokok permasalahan. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis kali ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam dunia desain komunikasi visual khususnya pentingnya semiotika sebagai ilmu

tanda tidak hanya bagi pengkaji tetapi juga untuk pencipta karena pencipta merupakan produsen tanda.

Berdasarkan hal diatas maka muncul permasalahan apakah makna konotasi dalam sebuah *cover* buku kumpulan cerita bergaya personal branding? Apa yang menjadi dasar pemilihan ilustrasi pada *cover* kumpulan cerita Koala Kumal? Bagaimana peran personal branding pada *cover* kumpulan cerita Raditya Dika? dan Bagaimana Retorika Visual berbicara dalam *cover* kumpulan cerita Koala Kumal. Oleh sebab itu, penulis akan mencoba untuk membahas lebih dalam serta menjawab pokok permasalahan tersebut pada penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka munculah rumusan masalah yakni Bagaimana memahami makna konotasi pada *cover* buku kumpulan cerita Koala Kumal bergaya *personal branding*?

C. Tujuan Penelitian

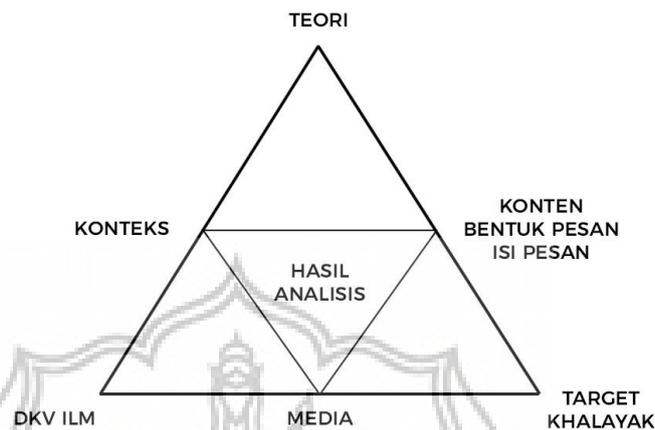
Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah maka tujuan penelitian adalah memahami makna konotasi pada *cover* buku kumpulan cerita Koala Kumal bergaya *personal branding*.

D. Teori dan Metode Penelitian

Penulis memakai teori utama semiotika Roland Barthes dengan didampingi teori personal branding dari McNally & Speak, dan retorika visual oleh Matthew Rampley dan Charles A. Hill & Marguerite Helmers.

Analisis semiotika dilakukan secara kualitatif dengan diawali oleh identifikasi lalu interpretasi makna konotasi pada karya desain komunikasi visual dimana kedua hal tersebut dilakukan dengan mengacu pada teori semiotika dan desain komunikasi visual.

Adapun dalam proses analisis dilakukan secara deskriptif dapat menggunakan Triadik Sumbo Tinarbuko. Konsep Triadik Sumbo Tinarbuko diciptakan untuk memahami makna konotasi atas tanda verbal serta visual pada karya desain.



*Gambar 1 : Triadik Sumbo Tinarbuko*

Pada segitiga Triadik Sumbo Tinarbuko diatas tampak ada 3 bagian pada tiap sudut yang mewakili masing-masing DKV(objek), teori, serta target khalayak dimana tiap garis masing-masing yang menghubungkan antar sisi terdapat proses yang terjadi seperti pada garis antara DKV dengan teori terdapat kontek dimana disitu terjadi proses menyesuaikan kajian karya DKV dalam bentuk Rumusan masalah. Sementara garis antara teori dengan target khalayak yakni konten yang mewakili pesan dari objek DKV yang sedang dikaji. Pada garis terakhir antara DKV dengan target khalayak terdapat media dimana merupakan bentuk dari DKV yang dibahas. Ketiganya membentuk garis segitiga terbalik pada bagian tengah triadik yang kemudian disitu ditemukan hasil analisis dari proses-proses yang telah dilewati.

## II. Hasil Penelitian

### A. Pemaknaan

Pada proses pemaknaan penulis menginterpretasikan apa saja yang terdapat pada objek kajian di mana penulis akan mulai memaknai pesan verbal lalu pemaknaan pada pesan visual. Penulis melakukan pemaknaan secara konotasi atau pemaknaan yang lebih mendalam sehingga pesan yang terdapat pada objek kajian kemudian menghasilkan pesan baru atau makna terselubung.

#### 1. Interpretasi Pesan Verbal

Pada pesan verbal yang tampak pada *cover* buku Tanda verbal terdiri dari simbol **Raditya Dika** serta judul buku secara berurutan, keduanya menggunakan font dengan jenis *cursive*. Kustom font yang digunakan termasuk dalam jenis *sans serif* yang bersifat modern serta karakter *cursive* yang bersifat ornemental dan dekoratif. Dalam konteks ini penulis memaknai tipografi sebagai *greetings* atau salam yang ingin disampaikan oleh Raditya Dika dengan buku barunya setelah 4 tahun terakhir ia mengeluarkan karyanya. Teks judul Koala Kumal yang berukuran cukup besar juga memiliki makna bahwa Raditya Dika adalah orang yang santai dan tidak begitu formal, terlihat dari lekukan huruf serta panjang antar huruf yang tidak konsisten namun tetap nyaman untuk dilihat. Simbol warna putih pada tanda verbal judul buku memiliki karakter bersih kontras dengan warna sekitar menandakan kesegaran dan kebaruan. Dalam konteks ini dimaknai oleh penulis sebagai bulu putih yang terdapat pada tubuh koala. Koala merupakan hewan endemik Australia. Tidak seperti kebanyakan hewan umumnya yang hidup berkelompok, koala merupakan hewan penyendiri yang menghabiskan hampir seluruh waktu hidupnya di atas pohon. Koala memiliki kebiasaan tertentu untuk melindungi daerah tempat tinggalnya dengan cara yang cukup unik yakni meninggalkan aroma tubuhnya di pohon dengan menggosok dada mereka ke

pohon. Dalam hal ini bulu pada koala yang berwarna putih hanya berada pada bagian dada koala. Hal ini dimaknai sebagai sebuah aksen bagi Raditya Dika dalam menunjukkan bahwa dirinya seorang penulis komedian melalui judul buku serta nama *Raditya Dika* pada *cover* buku.



*Gambar 2*



*Gambar 3*

*Gambar 2 dan 3: Koala*

*Sumber : kids.nationalgeographic.com*

Dalam teks *Koala Kumal* terdapat interaksi antar huruf yakni huruf “L” dan “A” pada KOALA. *Stem* huruf “L” seperti menopang huruf “A” dan juga melengkapi anatomi huruf “A” menandakan ada sesuatu yang hilang yang hilang tetapi dapat ditutupi atau diatasi, yang mana dalam konteks ini penulis memaknai huruf “L” sebagai Pohon dan “A” sebagai Koala yang kehilangan sesuatu dalam dirinya atau dapat dikatakan kedua hal tersebut saling melengkapi satu dengan lainnya.

Makna diatas apabila ditelaah lebih mendalam mengandung retorika visual dimana Raditya Dika berusaha berkomunikasi dengan audience melalui pesan verbal. Elemen yang disajikan sebagai ruang, yang mana menyangkut massa atau ukuran gambar; media, bahan yang menjadi citranya dibangun; dan bentuk, bentuk yang ditampilkan dalam gambar (Kanengieter, 1990:12-13). Unsur yang dipakai oleh Raditya Dika ialah konsep komedian yang lucu serta tidak kaku ingin ditampilkan **Raditya Dika** lewat namanya pada *cover* buku.



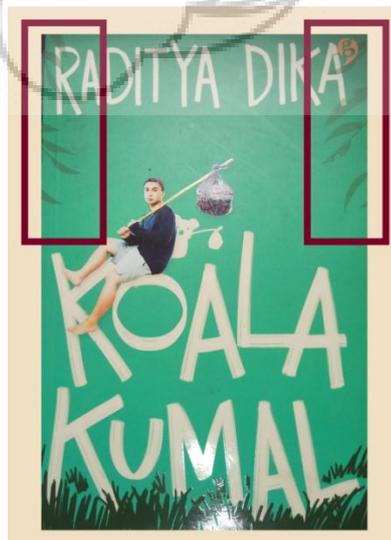
Gambar 4: cover buku- buku ala Raditya Dika  
 Sumber : dokumentasi Stanley Lucius 2017

Pada tulisan **Raditya Dika** yang terletak pada muka buku bagian atas yang berukuran sedikit lebih kecil dari judul buku menunjukkan Raditya Dika sangat percaya diri. Dirinya masih ingin menunjukkan eksistensinya dalam dunia tulis menulis. Pola nama *Raditya Dika* yang berukuran cukup besar dan terletak di cover buku kemudian menggeser stigma dalam desain pada umumnya dimana judul harus selalu diatas dan *stand alone* (berdiri sendiri). Dalam konteks ini kemudia **Radiya Dika** menjadikan ciri khas ini menjadi bagian dari personal branding pada dirinya.



Gambar 5: contoh cover buku novel bestseller  
 Sumber : vemale.com

Dapat disimpulkan bahwa tanda verbal **Raditya Dika** dalam *cover* novel sebagai identitas buku yang ingin disampaikan oleh Raditya Dika secara konsisten dengan *emphasis* atau dominasi pada ukuran dan unsur luwes namun tetap lucu yang melekat pada setiap tanda verbal khususnya nama **Raditya Dika**, dan dalam hal ini branding khususnya personal branding secara tidak langsung hadir dalam bentuk identitas *Raditya Dika* yang ditampilkan secara konsisten seperti yang dikatakan Tom Peters (1997) “Anda adalah merek. Anda bertanggung jawab atas merek Anda”. Raditya Dika dalam hal ini memposisikan dirinya sebagai merek yang ia pasarkan pada masyarakat. Merek adalah sebuah identitas yang bisa digunakan untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat bagaimana bentuk citra seseorang. Raditya Dika berusaha bertanggung jawab atas nama yang telah ia bentuk sebagai seorang komedian yang membawakan “komedi pakai hati”. Sementara tanda verbal Koala Kumal menunjukkan bahwa ada pesan yang ingin disampaikan melalui nama hewan koala dimana penulis buku pernah merasakan nasib yang sama seperti koala pada dirinya ketika dirinya harus hidup sendirian.



**Gambar 6:** ilustrasi daun eucalyptus pada cover buku *Koala Kumal*

Sumber : repro Stanley Lucius 2017

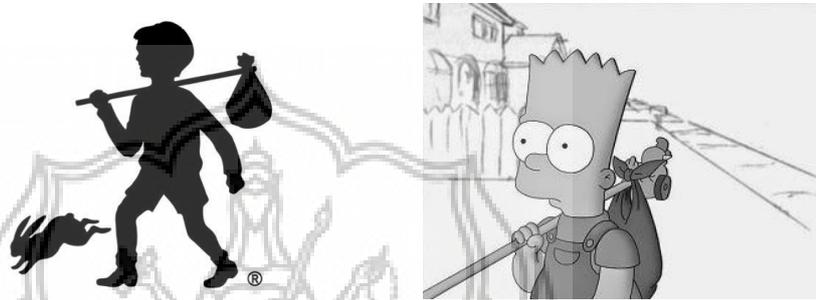
## 2. Interpretasi Pesan Visual

Pesan visual pertama berupa tanda visual daun eucalyptus pada sisi kanan dan kiri atas *cover* buku. Daun ini berjumlah 15 helai dengan 7 helai berada di sisi kiri dan 8 helai berada di sisi kanan. Jika diperhatikan daun eucalyptus yang ditampilkan merupakan sebuah bayangan antara sisi kiri dan kanan dan merupakan kelanjutan. Penulis memaknai daun eucalyptus sebagai karya Raditya Dika dimana sampai saat ini Raditya Dika telah menulis kurang lebih 7 buku kumpulan cerita, jumlah tersebut sama dengan jumlah helai daun yang terletak pada sisi kiri *cover* buku. Pada tanda visual daun eucalyptus terdapat sedikit interaksi dengan tanda verbal berupa helai daun yang menyatu dengan huruf R dan A pada masing-masing huruf pertama dan terakhir Raditya Dika. Hal ini dimaknai penulis sebagai pengangkat atau sesuatu yang menyangga. Raditya Dika ingin menunjukkan tidak hanya namanya sebagai seorang komedian namun ia juga memiliki sesuatu untuk dibanggakan yakni seluruh karya-karyanya baik buku maupun film yang telah dibuat semuanya saling berkaitan membantu mengangkat Raditya Dika ke atas dan menopang *Raditya Dika* hingga saat ini sebagai salah satu penulis serta Komedian yang cukup unik di kalangan masyarakat.

Pada pesan visual kedua terdapat tanda visual berupa ilustrasi foto penulis buku yakni Raditya Dika yang sedang duduk di huruf "O" terlihat Raditya Dika mengenakan kaus lengan panjang berwarna biru dongker bersifat misterius, tenang, hampa. Sedangkan celana yang digunakan berwarna abu-abu, warna ini merupakan campuran antara warna putih dan hitam dimana warna putih melambangkan cahaya dan hitam merupakan kegelapan. Dalam konteks ini penulis mencoba memaknai warna biru pada baju sebagai air laut yang dalam yang dimaknai sebagai bentuk perasaan dan kondisi hati yang paling dalam. Sedangkan warna

pada celana Raditya Dika yang merupakan kombinasi antara putih dan hitam merupakan sebuah pencerahan yang muncul dari kegelapan seperti lampu yang menyala di kegelapan.

Tongkat bambu yang pada ujungnya terdapat buntalan sarung yang sepertinya berisikan kebutuhan sandang menandakan bahwa potret Raditya Dika seperti melarikan diri dari tempat persinggahan karena suatu hal yang membuat dirinya kemudian memutuskan untuk pergi. Buntalan pada ujung



*Gambar 7 : ilustrasi karakter yang melarikan diri*

*Sumber : twitter.com dan 3.bp.blogspot.com/simpson*

bambu memiliki 3 warna yakni merah, abu-abu, dan hitam dilengkapi aksesoris warna muda dari ketiga warna tersebut. Warna merah melambangkan keberanian serta membara. Sementara warna abu-abu melambangkan kekelaman atau kesedihan, dan warna hitam melambangkan sifat misterius, tertutup. Dalam konteks ini penulis mencoba memaknai warna merah sebagai simbol dari hati atau perasaan potret Raditya Dika, sedangkan warna abu-abu dimaknai sebagai suasana hati dan hitam sebagai keadaan Raditya Dika, yang jika digabungkan menjadi warna hitam pekat dengan sedikit aksesoris merah dimaknai sebagai kondisi hati yang gundah dan tidak jelas.

Ekspresi wajah yang ditunjukkan pada ilustrasi foto Raditya Dika tampak datar dengan arah pandangan tertuju lurus kedepan, seperti orang yang kebingungan. Bingung merupakan situasi dimana orang tidak tahu harus berbuat apa pada keadaan tertentu.

Selain itu Raditya Dika ingin berkomunikasi lewat tanda visual wajah dengan arah tatap mata mengarah lurus kedepan seperti bertatap mata dengan calon pembaca.

Tanda visual lain yang terdapat pada *cover* ialah ilustrasi koala pada sisi kanan tepat di samping punggung Raditya Dika yang menyerupai bayangan dari Raditya Dika. Sama-sama membawa tongkat dengan ujung tongkat terdapat buntalan kain. Penggunaan ikon koala ternyata merupakan salah satu inspirasi Raditya Dika, hal tersebut diungkapkan dalam bukunya seperti yang ia katakan pada halaman 244-246 :

“Gue jadi teringat satu foto di situs Huffington Post. Ceritanya begini, ada seekor koala yang tinggal di New South Wales, Australia. Koala itu bermigrasi dari hutan tempat tinggalnya. Beberapa bulan kemudian, ia kembali ke hutan tempat dia tinggal. Namun, ternyata selama dia pergi, hutan yang pernah menjadi rumahnya ditebang, diratakan dengan tanah oleh para penebang liar. Si Koala kebingungan kenapa tempat tinggalnya tidak seperti dulu. Ia hanya bisa diam, tanpa bisa berbuat apa pun. Seorang relawan alam mengambil foto koala itu. Jadilah foto seekor Koala Kumal duduk sendirian. Memandangi sesuatu yang dulu sangat diakrabinya dan sekarang tidak lagi dikenalnya.”



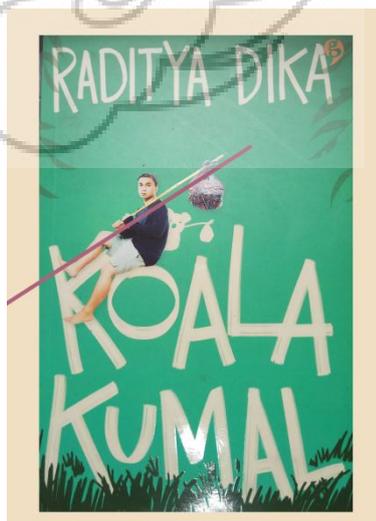
*Gambar 8*

*Gambar 9*

*Gambar 8 dan 9 : ilustrasi Koala Kumal pada buku (kiri)*

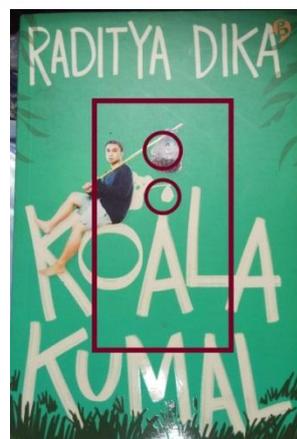
*ilustrasi asli koala di situs **Huffingtonpost** (kanan)*  
*Sumber : repro Stanley Lucius 2017 & huffingtonpost.com*

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa penulis merespon keadaan koala dengan menyamakan dirinya sebagai Koala Kumal yang kebingungan ketika kembali ke rumahnya tetapi mendapati rumah nya sudah tidak lagi sama seperti dahulu bahkan telah hilang. Situasi ini sama seperti situasi hati seorang Raditya Dika yang diungkapkan dalam bukunya, ketika ia mengalami patah hati dengan seorang gadis dan mendapati bahwa perasaannya terhadap gadis tersebut sudah tidak sama seperti dahulu hal ini seperti diperkuat dengan letak tanda visual ilustrasi koala yang dalam konteks ini penulis meninterpretasikannya sebagai bayangan dari seorang Raditya Dika. Bayangan merupakan sisi lain dari sesuatu yang tidak terkena sinar sehingga terbentuk sisi gelap yang menyerupai bentuk dari yang terkena sinar. Bentuk tersebut merupakan kesamaan antara satu dengan lainnya sehingga Raditya Dika menempatkan dirinya sebagai koala, hewan yang telah kehilangan hutan nya tempat dimana ia dahulu menetap.



*Gambar 10: ilustrasi foto Raditya Dika*  
*Sumber : repro Stanley Lucius 2017*

Pada tanda visual terdapat indeks tongkat bambu yang dibawa penulis secara langsung mengarah pada nama belakang penulis “DIKA” dalam konteks ini penulis memaknai sebagai simbol dari petunjuk arah dimana Raditya Dika ingin menunjuk secara implisit namanya melalui gestur dari tongkat bambu. Tongkat tersebut berfungsi sebagai panah (*arrow*) yang memiliki makna untuk menunjukkan identitas penulis. Nama merupakan identitas yang melekat pada setiap orang digunakan untuk mengidentifikasi setiap individu, Raditya Dika menggunakan nama Dika sebagai nama yang ditunjuk guna memudahkan audiens untuk mengingat namanya. Salah satu dalam tiga hal mendasar dalam personal branding menurut McNally and Speak (2004) ialah relevansi *personal brand*. Buku dengan nama penulis selalu berkaitan erat dalam dunia literatur seakan identitas penulis merupakan salah satu hal yang penting pada *cover* buku karena sebagai pengingat tentang pencipta buku, nama penulis juga dapat membentuk citra persepsi dalam benak masyarakat mengenai keputusan yang akan diambil ketika hendak memilih sebuah buku. Relevansi yang telah dibentuk oleh Raditya Dika pada buku-buku tulisannya sebelumnya menjadikan nama “*Raditya Dika*” begitu kuat dalam benak masyarakat.



**Gambar 11 : ilustrasi foto Raditya Dika pada cover *Koala Kumal***  
Sumber : repro Stanley Lucius 2017

Pesan visual lain pada ilustrasi penulis yaitu indeks buntalan kain sarung yang berada pada ujung tongkat terletak pada sisi tengah *cover* yang menjadi simbol titik pada tengah *cover*, titik tersebut memiliki repetisi pada ilustrasi koala yang membawa buntalan pada ujung tongkatnya. Jika ditarik garis lurus maka titik tersebut terlihat menunjuk pada huruf “A” dari Koala Kumal. Titik merupakan tanda yang dalam konteks ini penulis maknai sebagai penekanan yang dilakukan pada huruf “A”. “A” merupakan huruf pertama dalam alphabet dan merupakan representasi dari nilai sempurna dalam sebuah pencapaian. Raditya Dika sebagai penulis yang mempertimbangkan dengan matang cerita Koala Kumal ingin menunjukkan bahwa karya nya Koala Kumal adalah sebuah kesempurnaan. Pada titik ini metafora dalam retorika visual yang gunakan Raditya Dika melalui penggunaan figur *Raditya Dika* sebagai ilustrasi pada tiap *cover* buku yang ia buat telah berhasil bekerja dalam merepresentasikan sisi visual Raditya Dika dimana ia ingin menampilkan sisi komedi yang sudah ia bangun pada *Raditya Dika* dimana wujud foto dapat memberikan persepsi pada benar audiens mengenai makna yang ingin disampaikan dalam hal ini *Raditya Dika*. Dan hal ini kemudian sejalan seperti yang diungkapkan Matthew Rampley.



**Gambar 12 : ilustrasi rumput pada cover Koala Kumal karangan Raditya Dika**  
Sumber : repro Stanley Lucius 2017

Tanda visual lain pada *cover* buku ialah simbol rumput pada bagian bawah *cover* buku. Dalam konteks ini penulis memaknai simbol rumput sebagai masa lalu Raditya Dika. Patah hati yang ia curahkan dalam buku *Koala Kumal* begitu dalam sehingga dirinya membutuhkan waktu kurang lebih 3,5 tahun menunjukkan bahwa ada kegelisahan yang untuk diungkapkan serta masih ada kenangan untuk dibagikan kepada audiens. Bentuk rumput yang tidak beraturan serta menutupi sedikit bagian dari judul *Koala Kumal* menandakan ada ketidakjelasan dan masih ada keraguan pada *Koala Kumal*, perasaan kehilangan serta patah hati seperti yang diungkap dalam bab terakhir buku menjadi sebuah keraguan bagi Raditya Dika. Tanda verbal yang tidak tertutup tanda visual rumput ialah huruf “U” yang mana U merupakan huruf vocal dan dapat berdiri sendiri. Dalam konteks ini penulis memaknainya sebagai suatu kepastian. Meskipun ditengah keraguan dan ketidakjelasan yang ada namun penulis masih tetap ada keyakinan yang ingin disampaikan bagi pembacanya.

Berdasarkan uraian dalam tahap interpretasi secara kontekstual pengarang membawa sebuah kebaruan dalam desain *cover* dimana pengarang bermain retorika visual dengan menampilkan citra diri melalui tanda verbal yang diatur sedemikian rupa sesuai dengan tema buku yang ditulis. Elemen-elemen visual hadir sebagai ruang untuk pengarang berkomunikasi dengan audiens tentang ungkapan isi buku yang ditulis oleh pengarang. Keresahan hati dan patah hati menjadi topik utama yang menarik dalam penulisan ditambahkan dengan aksen komedi sebagai mana ciri khas Raditya Dika yang membawakan “komedi pakai hati”.

Pengguna judul yang besar dan huruf “A” yang diposisikan sebagai *center of interest* merupakan strategi unik dalam menyampaikan pesan bahwa karya *Koala Kumal* merupakan sebuah kesempurnaan yang dapat dinikmati khalayak.

Jika dilihat dari segi sosio-kultur terhadap *cover* buku yang ada di Indonesia kecenderungan untuk menampilkan nama penulis yang berukuran lebih besar sebenarnya sudah mulai bermunculan selain Raditya Dika. Namun dalam penerapannya belum secara konsisten dilakukan oleh penulis lain terutama mengingat target audiens yang berbeda serta konsep buku yang ingin ditampilkan. Namun pada dasarnya kondisi sosio-kultural terhadap *cover* buku hadir dalam bentuk perilaku yang dibentuk karena adanya konsumsi budaya sehari-hari dan hal tersebut berperan besar dalam menentukan segmen seperti apa yang sedang digemari masyarakat. Raditya Dika melihat potensi yang hadir selain karena *Raditya Dika* yang telah lebih dulu membangun persepsi di benak masyarakat tentang dirinya sebagai salah satu kesempatan untuk memposisikan dirinya pada pasar yang ia tuju.

Adanya *cover* buku Raditya Dika versi 1 dan 2 pada setiap hampir seluruh buku karangannya menandakan adanya variasi visual yang dihadirkan guna memenuhi keinginan audiens juga untuk menarik minat audiens terkait keberadaan buku Raditya Dika di pasar. Pemilihan konsep visual yang secara garis besar tetap menampilkan Raditya Dika pada *cover* buku menunjukkan bahwa ia ingin menarik minat audiens yang lebih jauh dari *cover* buku versi 1 di mana ada jarak *release* saat *cover* versi 1 (*original*) dengan *cover* versi 2. Jarak ini jika dilihat dalam konteks tertentu merupakan kesenjangan saat audiens yang sudah mulai jenuh dengan buku-buku yang ada disajikan dengan hadirnya buku Raditya Dika dengan segala konsep komedi yang ia tampilkan melalui visual buku yang dirupa sedemikian rupa pada foto Raditya Dika maupun nama dari *Raditya Dika*.

### III. Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan tampilan visual serta kuesioner yang telah dilakukan peneliti, *cover* novel Koala Kumal karangan Raditya Dika memiliki daya tarik tersendiri serta memiliki pendekatan desain komunikasi

visual berbeda dengan desain *cover* pada umumnya. Penulis dalam hal ini Raditya Dika berhasil mengarahkan audiens untuk memaknai kumpulan cerita sebagai novel melalui kemasan serta konsep cerita yang disusun menyerupai novel dan hal ini membawa dampak positif pada buku *Koala Kumal* dan hal tersebut merupakan bagian dari proses personal branding yang dilakukan oleh penulis.

*Cover Novel* sebagai media berkomunikasi Raditya Dika dalam menjual bukunya dapat menarik audiens secara sadar melalui narasi visual yang ia tampilkan baik melalui pose atau gaya visual pada ilustrasi yang ia tampilkan pada setiap *cover* buku yang ia ciptakan dengan segala ikon serta tanda pendukung. Retorika visual berperan seperti yang dikatakan dalam buku Matthew Rampley (2005) mengenai bagaimana lingkungan visual, budaya visual, mencoba menarik kita ke dalam argumen, ke dalam sistem nilainya. Akhirnya kita dapat menerima nilai dan argumen tersebut, namun intinya adalah untuk mengenali bahwa kita melakukannya secara sadar, daripada tergoda oleh kecemerlangan retorik dari permukaannya yang menggoda.

*Cover* buku *Koala Kumal* dinilai memiliki kelebihan melalui retorika visual dimana visual ilustrasi Raditya Dika serta *Raditya Dika* sebagai *brand* pada tanda verbal yang terdapat pada *cover* mampu membawa fungsi gambar secara maksimal sebagai pencerita isi buku. Tanda visual ilustrasi penulis yang terlihat memberikan penekanan pada huruf “A” pada judul buku menjadi pusat perhatian pada *cover* buku.

Pada *cover* buku *Koala Kumal*, penggunaan nama hewan serta representasi hewan yang digunakan merupakan sebuah kebaruan tersendiri yang dibawakan oleh penulis secara konsisten. Masyarakat telah menilai bahwa buku karangan Raditya Dika begitu mengena di hati mereka serta sesuai dengan kondisi sosial mereka dan hal ini digunakan sebagai sebuah strategi personal branding guna mendapat tempat di benak masyarakat.

Dari seluruh penelitian yang telah dilakukan penulis mengambil kesimpulan utama dimana semiotika secara sadar maupun tidak sadar akan

selalu hadir dalam setiap desain. Hadirnya tanda-tanda yang diciptakan untuk menyampaikan makna menjadikan desain tidak hanya berupa gambar visual yang tidak hanya dinikmati indra pengelihatannya semata namun dapat juga sampai pada tahapan membentuk persepsi masyarakat.



## Daftar Pustaka

- Barthes, Roland. (1994). *Elements of Semiology* atau *Elemen-elemen Semiologi*, terjemahan Kahfie Nazarudin. Jalasutra, Yogyakarta. 2012.
- Barthes, Roland. (1990). *Imaji Musik Teks*, terjemahan Agustinus Hartono. Jalasutra, Yogyakarta. 2010.
- Fiske, John. *Cultural and Communication Studies*. Routledge, New York. 2006
- Hill, Charles. A. Helmers, Margueritte. *Defining Visual Rhetoric*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers. New Jersey. 2008
- Lury, Celia. *BRANDS*. Routledge, New York. 2005.
- Tinarbuko, Sumbo. *DEKAVE*. Center for Academic Publishing, Yogyakarta. 2015.
- Tinarbuko, Sumbo. *Membaca Tanda dan Makna Desain Komunikasi Visual*. Badan Penerbit ISI, Yogyakarta. 2017
- Rampley, Matthew. *Exploring Visual Culture*. Edinburg University Ltd, Edinburg. 2005
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. *Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain*. Jalasutra, Yogyakarta. 2010
- Smith, Ken. *Handbook of Visual Communication Research : Theory, Methods, and Media*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, New Jersey. 2005

## **Tautan**

<http://coverbukumania.blogspot.com/2014/11/pengertian-cover-buku.html>

(diakses tanggal 19 Mei 2015 pukul 22:05)

<https://writersandartists.co.uk/writers/advice/608/self-publishing/design-and-formatting/> diakses tanggal (31 Mei 2017 pukul 10:42)

