

Makna Visual Karikatur Jokowi dalam Pilpres 2014 pada Inilah.Com (Suatu Studi Kualitatif dengan Pendekatan Charles Sanders Peirce Mengenai Makna Visual Karikatur Pilpres 2014 pada Inilah.com)

Muhammad Rizky Ramadhany

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

e-mail: mrizkyramadhany@rocketmail.com

A. Pendahuluan

Media massa mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat. Media massa ialah mampu menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada khalayak yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa apabila dibandingkan dengan media lain ialah kemampuannya dalam mengatasi hambatan ruang dan waktu. Cakupan media massa yang luas dalam masyarakat menjadikan media massa sebagai salah satu cara yang efektif dalam menarik perhatian khalayak terhadap partai politik. Informasi yang dihasilkan oleh media massa, khususnya yang berkaitan dengan partai politik, setidaknya mempunyai andil dalam pembentukan citra partai politik kepada khalayak. Citra partai politik yang dibangun melalui media massa seakan mempengaruhi pilihan politik. Oleh sebab itu, keberadaan media massa sangat penting bagi partai politik mengingat peranannya yang sangat strategis. Kebutuhan partai politik akan eksistensi media massa dalam menciptakan hubungan yang baik dengan khalayak, sangat relevan dengan kepentingan partai politik yang membutuhkan dukungan khalayak. Media massa adalah salah satu sarana dalam mendapatkan informasi, media artinya alat komunikasi, sedangkan massa kependekan dari kata masyarakat (orang banyak), media massa berarti alat komunikasi yang boleh digunakan atau dimanfaatkan oleh semua orang seperti surat kabar, televisi, radio, tabloid dan sebagainya.

Manusia adalah makhluk sosial. Keterikatan manusia dengan anggota masyarakat lain mengharuskan mereka saling berinteraksi dan saling berkomunikasi. Untuk keperluan itu diperlukan alat komunikasi yang tepat. Manusia memilih bahasa sebagai alat komunikasi. Dengan bahasa manusia dapat menyampaikan informasi atau berita, fakta, pendapat, dan lain sebagainya.

Sebuah bahasa memiliki beberapa gaya bahasa, salah satunya gaya bahasa sindiran. Bahasa sindiran dapat digunakan untuk mengungkapkan maksud lain dari apa yang disampaikan. Bahasa sindiran dapat memperhalus makna suatu pernyataan secara halus. Kehadiran gaya bahasa menjadi sebagian kebutuhan dalam berkomunikasi. Gaya bahasa digunakan untuk mengekspresikan apa yang dipikirkan. Gaya bahasa mampu memberi makna lain dari suatu ungkapan.

Salah satu bentuk wacana yang menggunakan gaya bahasa sindiran yaitu karikatur. karikatur menggunakan gaya bahasa sindiran untuk mengungkapkan pernyataan yang bermaksud menyindir yang disampaikan secara halus. Karikatur ini berisi sindiran yang ditujukan kepada masyarakat, para pejabat, para koruptor dan pemimpin. karikatur dibuat semenarik mungkin sehingga pembaca mengetahui makna karikatur tersebut.

Kehadiran karikatur tersebut sangat penting, karena di dalam karikatur tersebut terdapat banyak sekali kritikan dan saran dari masyarakat. Karikatur adalah penyalur komunikasi dari masyarakat untuk para pejabat atau yang lainnya. Karikatur sebagai

wahana penyampai kritik sosial seringkali kita temui didalam berbagai media massa baik media cetak maupun media elektronik. Di dalam media ini, karikatur menjadi pelengkap artikel dan opini. Keberadaannya biasanya disajikan sebagai selingan atau dapat dikatakan sebagai penyejuk setelah para pembaca menikmati artikel - artikel yang lebih serius dengan sederetan huruf yang cukup melelahkan mata dan pikiran. Meskipun sebenarnya pesan - pesan yang disampaikan dalam sebuah karikatur sama seriusnya dengan pesan - pesan yang disampaikan lewat berita dan artikel, namun pesan - pesan dalam karikatur lebih mudah dicerna karena sifatnya yang menghibur.

Kesengajaan dalam membentuk sebuah pesan menggunakan bahasa simbol atau non verbal ini juga bukanlah tanpa maksud, penggunaan bentuk non verbal dalam karikatur lebih diarahkan kepada pengembangan interpretasi oleh pembaca secara kreatif, sebagai respon terhadap apa yang yang diungkapkan melalui karikatur tersebut.

Dalam sebuah karikatur yang baik, kita menemukan perpaduan dari unsur-unsur kecerdasan, ketajaman, dan ketepatan berpikir secara kritis serta ekspresif melalui seni lukis dalam menanggapi fenomena permasalahan yang muncul dalam kehidupan masyarakat luas, yang secara keseluruhan dikemas secara humoris, dengan demikian memahami karikatur juga perlu memiliki referensi - referensi sosial agar mampu menangkap pesan yang ingin disampaikan oleh karikaturisnya. Tokoh, isi, maupun metode pengungkapan kritik yang dilukiskan secara karikatural sangat bergantung pada isu besar yang berkembang yang dijadikan headline.

Kartun merupakan *symbolic speech* (komunikasi tidak langsung), artinya bahwa penyampaian pesan yang terdapat dalam gambar kartun tidak dilakukan secara langsung tetapi dengan menggunakan bahasa simbol. Dengan kata lain, makna yang terkandung dalam gambar kartun tersebut merupakan makna yang terselubung. Simbol - simbol pada gambar kartun tersebut merupakan simbol yang disertai signal (maksud) yang digunakan dengan sadar oleh orang yang mengirimnya dan mereka yang menerimanya.

Karikatur (latin : *caricature*) sebenarnya memiliki arti sebagai gambar yang didistorsikan, diplesetkan atau dipelototkan secara karakteristik tanpa bermaksud melecehkan si pemilik wajah. Seni memelototkan wajah ini sudah berkembang sejak abad ke - 17 di Eropa, Inggris dan sampai ke Amerika bersamaan dengan perkembangan media cetak pada saat itu (Pramoedjo, 2008 : 13). Karikatur adalah bagian kartun yang diberi muatan pesan yang bernuansa kritik atau usulan terhadap seseorang atau suatu masalah. Meski dibumbui dengan humor, namun karikatur merupakan kartun satire yang terkadang tidak menghibur, bahkan dapat membuat orang tersedu. (Pramoedjo, 2008 : 13)

Karikatur membangun masyarakat melalui pesan - pesan sosial yang dikemas secara kreatif dengan pendekatan simbolis. Jika dilihat dari wujudnya, karikatur mengandung tanda - tanda komunikatif. Lewat bentuk - bentuk komunikasi itulah pesan tersebut menjadi bermakna. Disamping itu, gabungan antara tanda dan pesan yang ada pada karikatur diharapkan mampu mempersuasi khalayak yang dituju.

B. Landasan Teori

Teori Acuan (Referential Theory) merupakan salah satu teori yang berbicara mengenai makna. Teori ini dikemukakan oleh Alston dalam bukunya *Philosophy of Language* yang diterbitkan pada tahun 1964 di New Jersey Amerika. Menurut Alston, teori acuan atau teori referensial ini merupakan salah satu jenis teori makna yang

mengenali atau mengidentifikasi makna suatu ungkapan dengan apa yang diacunya atau dengan hubungan acuan itu (dalam Sobur, 2001 : 259).

Komunikasi visual merupakan payung dari berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (*visual*) pada berbagai media: percetakan/grafika, luar ruang (marka grafis, papan reklame), televisi, film/video, internet dll, dua dimensi maupun tiga dimensi, baik yang statis maupun bergerak (*time based*). Pada suatu desain lambang, perangkat komunikasi visual yang digunakan disebut dengan desain. Komunikasi visual ini merupakan mediational code yang digunakan untuk membantu pembaca mengartikan visualisasi sehingga tercapai suatu pemahaman tertentu yang diinginkan oleh pembuatnya.

Pada komunikasi visual, terutama dalam media cetak. Kontrol dalam penggunaan visualisasi ini seringkali tidak dilakukan, karena dianggap tidak banyak berpengaruh terhadap isi pesan.

Teori semiotika menurut Charles Sanders Peirce, Bagi Peirce (Pateda, 2001:44; dalam Sobur, 2001), tanda “*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity*”. Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut Ground. Konsekuensinya, tanda (Sign atau Representamen) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni Ground, Object, dan Interpretant. Atas dasar hubungan ini, Peirce mengadakan klasifikasi tanda (Pateda, 2001:44; dalam Sobur, 2001), tanda yang dikaitkan dengan Ground dibaginya menjadi Qualisign, Sinsign, dan Legisign. Qualisign adalah kualitas yang ada pada tanda, Sinsign adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda, Legisign adalah norma yang dikandung oleh tanda.

Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas ikon (*icon*), index (*indeks*), *symbol* (simbol). Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 3.1 Interpretasi Ikon Karikatur Kampanye Pilpres dan Perang Antar Media

No	Pokok Bahasan	Uraian
1	Ikon	Karikatur ini terdapat ikon berbagai media media cetak, dengan dasar putih dan tulisan yang meyindir media media tersebut
2	interpretasi	Pada karikatur diatas terlihat ada ikon berbagai media, ikon ikon tersebut terlihat berkelompok seperti membela atau menjatuhkan salah satu calon presiden pada saat masa pilpres 2014, logo K, M, V merupakan ikon dari media-media yang terlibat dalam negative campaign, terlihat media media tersebut memegang kaleng dan kuas yang berwarna hitam yang menggambarkan bahwa media media tersebut memberitakan keburukan bahkan memfitnah calon pasangan pilpres 2014, berita-berita yang ada dimedia tersebut terkesan menyudutkan para kandidat yang bertujuan untuk menjatuhkan kandidat dari para simpatisan atau pendukung yang tentunya agar kandidat yang

No	Pokok Bahasan	Uraian
		dijatuhkan akan menurun perolehan suaranya dan berpaling ke kandidat yang lain, terlihat juga ada orang dengan tulisan ckck.. negative campaign dimana-mana maksudnya adalah kemirisan pembuat karikatur akan banyaknya fenomena negative campaign yang menjatuhkan para calon presiden pilpres 2014.

Tabel 3.2 Interpretasi Indeks Karikatur Kampanye Pilpres dan Perang Antar Media

No	Pokok Bahasan	Uraian
1	indeks	Karikatur penuh dengan unsur kampanye negative pada pilpres 2014
2	interpretasi	Karikatur ini terpengaruh akan unsur negative campaign pada masa pilpres 2014 yang dimana banyak media-media terkesan berkelompok untuk menjatuhkan pasangan presiden dan wakil presiden pada pilpres 2014 dengan negative campaign Karikatur ini jelas sekali mengungkapkannya kekecewaannya terhadap media-media yang melancarkan kampanye negative yang tentunya tidak baik untuk masyarakat pendukung kandidat calon presiden sehingga bisa saja menimbulkan permasalahan antar para pendukung calon

Tabel 3.3 Interpretasi Simbol Karikatur Kampanye Pilpres dan Perang Antar Media

No	Pokok Bahasan	Uraian
1	Simbol	- logo media - kuas dan cat hitam -karikaturis
2	interpretasi	- logo media  <p>Dilihat di sini banyak media-media yang melakukan negative campaign, media-media tersebut berkumpul seakan-akan membentuk sebuah kelompok untuk menjatuhkan calon-calon</p> - kuas dan cat hitam  <p>Kuas dan cat hitam dalam karikatur ini menggambarkan bahwa media-media tersebut yang melakukan negative campaign</p>

No	Pokok Bahasan	Uraian
		-karikaturis  Disini menggambarkan kecewaan karikaturis dengan media-media yang melakukan negative campaign

Tabel 3.4 Interpretasi Ikon Karikatur Jokowi Magnet Media

No	Pokok Bahasan	Uraian
1	ikon	Karikatur gambar seorang jokowi yang memegang magnet yang menarik para wartawan
2	interpretasi	Dilihat dari karikatur ini jokowi merupakan magnet media, apapun yang jokowi lakukan menjadi pemberitaan di berbagai media seakan-akan masyarakat sangat tertarik pada pemberitaan yang mengangkat tentang jokowi

Tabel 3.5 Interpretasi Indeks Karikatur Jokowi Magnet Media

No	Pokok Bahasan	Uraian
1	indeks	karikatur dipengaruhi dari sosok jokowi yang menjadi perhatian wartawan
2	interpretasi	Karikatur ini terpengaruh dari sosok jokowi pada saat pilpres 2014 yang banyak menarik perhatian dari wartawan yang membuat banyak berita-berita yang berkaitan apapun tentang jokowi selalu ada saja di media-media saat itu, Pengaruh jokowi yang merupakan media darling atau sahabat media menjadi pengaruh di karikatur ini, dalam karikatur ini sosok jokowi yang menjadi perhatian para wartawan apapun kegiatan jokowi menjadi nilai jual oleh para wartawan.

Tabel 3.6 Interpretasi Simbol Karikatur Jokowi Magnet Media

No	Pokok Bahasan	Uraian
1	simbol	-jokowi -para wartawan -karikaturis
2	interpretasi	-jokowi  Sosok jokowi yang memegang magnet digambarkan sebagai public attention atau perhatian public yang beritanya dicari-cari oleh masyarakat

	<p>-para wartawan</p>  <p>Disini sekumpulan wartawan seperti tertarik oleh sosok jokowi yang merupakan public attention yang beritanya sangat di nanti masyarakat pada saat itu</p> <p>-karikaturis</p>  <p>Pada bagian karikaturis menjelaskan bahwa seorang jokowi memang benar-benar merupakan magnet media</p>
--	--

Tabel 3.7 Interpretasi Ikon Karikatur Jokowi Robot Megawati




No	Pokok Bahasan	Uraian
1	ikon	Karikatur isi kepala jokowi yang di dalamnya ada megawati
2	interpretasi	Dilihat dari ikon tersebut bahwa jokowi adalah seorang robot yang di kendasai atau di kontrol oleh megawati, dalam karikatur ini di gambarkan seorang jokowi yang tidak lepas dari sosok megawati yang merupakan ketua umum Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) yang dimana PDIP yang menyungung jokowi sebagai Presiden, beberapa persepsi masyarakat sangat kental bahwa jokowi adalah kepanjangan tangan dari seorang megawati

Tabel 3.8 Interpretasi Indeks Karikatur Jokowi Robot Megawati

No	Pokok Bahasan	Uraian
1	indeks	Karikatur dipengaruhi kental unsur sarkas yang sangat kental
2	interpretasi	Karikatur ini kental dengan unsur sindiran yang dimana Jokowi hanya sebagai boneka yang dikendalikan.

Tabel 3.9 Interpretasi Simbol Karikatur Jokowi Robot Megawati

No	Pokok Bahasan	Uraian
1	simbol	-kepala jokowi -megawati -karikaturis

2	interpretasi	<p>-kepala jokowi</p>  <p>Dilihat pada potongan karikatur ini dapat dijelaskan bahwa jokowi adalah hanya boneka megawati kendali sebenarnya adalah seorang megawati</p> <p>-megawati</p>  <p>Pada bagian ini dapat dijelaskan bahwa megawati adalah aktor sesungguhnya dalam semua aksi jokowi</p> <p>-karikaturis</p>  <p>Pada bagian karikatur ini karikaturis ini menegaskan kepada seorang jokowi dengan bahasa jawa “yakin ora popo pak?” yang artinya yakin tidak apa-apa pak? yang menggambarkan keheranan karikaturis terhadap jokowi yang seperti boneka megawati</p>
---	--------------	--

D. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari temuan dan hasil analisis data pada ketiga karikatur Jokowi dalam pilpres 2014 pada inilah.com adalah sebagai berikut :

1. Ikon yang muncul disetiap karikatur adalah model yang ditampilkan berkaitan erat dengan pesan dari karikatur tersebut. Pada tiga karikatur yang menjadi instrument dalam penelitian ini modelnya terdiri tiga kategori, yaitu Jokowi, Megawati dan wartawan.
2. Indeks pada karikatur ditampilkan melalui tiga tanda, yaitu kata-kata yang terkait dengan gambar, melalui gambar ilustrasi tokoh, atribut yang dikenakan dan benda-benda yang ada pada gambar ilustrasi. Ketiga tanda tersebut sudah mewakili indeks pada ketiga karikatur
3. Sementara simbol yang muncul adalah keterlibatan Jokowi dalam isi pesan yang terdapat dari setiap karikatur, setiap karikatur mempunyai isi pesan yang berbeda dan makna yang berbeda.

Daftar pustaka

- Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2002. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Depdikbud. 1995. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung; PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 1986. Dinamika Komunikasi. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya
- Kusmiati, Artini R. Pudjiastuti, Sri. 1990 Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Djambatan.
- Livingston, Isabella. 1992. Graphic Design and Designer. London: Thames and Hudson.
- Moleong, Lexy J. 2000. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana,Deddy. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2003. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin,M, Si. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Raja Grafindo.
- Palapah. M.O, dan Syamsudin, Atang. 1983. Studi Ilmu Komunikasi. Bandung: FIKOM. Unpad.
- Rakhmat, Jalaludin. 1984. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sibarani, Agustin. 2001. Karikatur dan Politik. Jakarta: Garba Budaya.
- Sobur, Alex. 2003. Semiotika Komunikasi. Bandung : Rosda Karya.
- Sendjaja. Sasa Djuarsa. 1994. Pengantar Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Situs :
https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page