

ANALISIS SEMIOTIKA COVER STORY KORAN TEMPO EDISI 15 OKTOBER 2020 “JALAN TERUS”

Amalia Farahdiba¹, Ririn Puspita Tutiasri², Irwan Dwi Arianto³, Juwito⁴
^{1,2,3,4} Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
¹amaliafarahdiba@gmail.com

Kata kunci :

Pengesahan UU
Cipta Kerja, Cover
Story, Semiotika.

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pengesahan UU Cipta Kerja yang disahkan pada 5 Oktober 2020 lalu. Pemerintah mendapat sorotan publik atas kebijakan yang diambil dalam melakukan pengesahan terhadap isi UU Cipta Kerja melalui Koran Tempo. Presiden Joko Widodo dinilai tidak peduli dengan suara penolakan undang-undang tersebut, beliau tetap mengesahkan UU Cipta Kerja meskipun mendapat tekanan dan penolakan dari masyarakat. Koran Tempo sendiri merupakan media cetak nasional yang aktif menulis tentang perkembangan isu pengesahan UU Cipta Kerja dan menuangkannya ke dalam salah satu konten medianya yaitu cover story. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan makna dan pesan yang muncul dalam penggambaran cover story Koran Tempo edisi 15 Oktober 2020 dengan menggunakan analisis semiotika model Pierce. Metode penelitian memakai pendekatan kualitatif-deskriptif. Hasilnya adalah makna pesan yang ditampilkan Koran Tempo menunjukkan bahwa pemerintah seperti mencoba untuk menutup mata dan telinga terhadap aksi penolakan yang disampaikan masyarakat terhadap pengesahan undang-undang tersebut.

Keywords :

*Ratification of the
Job Creation Law,
Cover Story,
Semiotics.*

Abstract

This research discusses the ratification of the Job Creation Act which was passed on October 5, 2020. The government has received public scrutiny for the policies taken in ratifying the contents of the Job Creation Law through Koran Tempo. President Joko Widodo is considered not to care about the rejection of the law, he continues to ratify the Job Creation Law despite pressure and rejection from the community. Koran Tempo is a national print media that actively writes about the development of the issue of the ratification of the Job Creation Law and puts it into one of its media content, namely the cover story. This research aims to reveal the meanings and messages that appear in the depiction of the cover story of Koran Tempo October 15, 2020 edition by using the semiotic analysis of Pierce's model. The research method uses a qualitative-descriptive approach. The result is that the meaning of the message displayed by Koran Tempo shows the government is trying to close its eyes and ears to the public's rejection of the ratification of the law.

PENDAHULUAN

Hadirnya teknologi digital dan internet merupakan salah satu hal penting dalam menyediakan platform multimedia sebagai perkembangan arus informasi, seperti misalnya media cetak yang saat ini juga memiliki versi digital (online). Penyebaran informasi berhubungan dengan teknologi komunikasi, dimana pesan tersebut diproduksi dan disebarkan kepada khalayak secara luas tanpa batasan ruang dan waktu. Pergeseran teknologi komunikasi yang mengarah pada perkembangan digital (konvergensi media) membuat khalayak memiliki lebih banyak pilihan media dengan konten yang semakin beragam pula. (Grant & Wilkinson, 2009)

Pergeseran media konvensional ke arah digital membuat media-media bersaing untuk menyuguhkan konten yang lebih bervariasi dan menarik, termasuk yang dilakukan media cetak. Lewat tersedianya media online, media cetak berusaha untuk menyesuaikan diri dengan memberikan penyajian berita sesuai dengan perkembangan di media online. Salah satu hal menarik yang berusaha media cetak surat kabar lakukan dalam pergeseran ke media online adalah gambar ilustrasi. Banyak kritik yang disampaikan melalui

gambar-gambar atau ilustrasi menarik dan lucu. Waluyanto (2000) menyampaikan media verbal gambar merupakan media paling cepat menanamkan pemahaman, dimana informasi bergambar banyak disukai dibanding dengan informasi tertulis. Pada perkembangannya, gambar ilustrasi menjadi salah satu bentuk komunikasi visual. Visualisasi merupakan cara menjadikan hal abstrak menjadi jelas secara visual sehingga dapat menarik emosi pembaca serta dapat menolong seseorang untuk menganalisa, merencanakan dan memutuskan permasalahan dengan mengimajinasikan pada kejadian sebenarnya (Kusmiati et al., 1999). Salah satu media berita yang hadir dalam bentuk surat kabar online yang terus aktif menulis berita dengan kekhasan dan keunikan liputan berita serta visualisasi gambar pada sampul surat kabarnya yaitu Koran Tempo. Pesan dan makna yang terkandung dalam unsur-unsur tanda pada ilustrasinya membuat cover story Koran Tempo patut diteliti menggunakan semiotika. Situasi mengenai tanda tidak saja memberikan jalan atau cara dalam mempelajari komunikasi, tetapi juga memiliki efek besar pada hampir setiap aspek (prespektif) yang digunakan dalam teori

komunikasi (Morissan & Wardhani, 2009). Narwaya (2013) menyampaikan bahwa media massa memiliki “penguasa” untuk menentukan setiap ‘tanda’, setiap ‘teks’, dan setiap ‘bahasa’ untuk disiarkan.

Tempo merupakan salah satu media cetak surat kabar yang mempunyai rubrik khusus dalam menyajikan karikatur. Selain itu, Tempo juga dikenal sebagai media dengan ilustrasi cover yang bermuatan kritik. Salah satu konten surat kabar milik Tempo yang terkenal adalah cover story-nya. Dari visualisasinya yang sangat unik dan dilengkapi dengan narasi, cover story-cover story yang dimuat Koran Tempo tentu memiliki makna yang sangat kuat dan mampu memengaruhi opini dari berbagai sudut pandang publik.

Salah satu cover story Koran Tempo yang menarik perhatian masyarakat adalah cover story pada edisi 15 Oktober 2020. Visualisasi cover story tersebut yaitu gambar seorang laki-laki yang saat ini sedang menduduki jabatan sebagai Presiden RI yaitu Ir. Joko Widodo atau biasa disapa Jokowi. Cover story ini merupakan salah satu dari 11 rangkaian cover story Koran Tempo yang membahas Pengesahan UU Cipta Kerja pada bulan Oktober 2020 lalu.

Dari awal perencanaan hingga pengesahan UU Cipta Kerja menorehkan beberapa kejadian kontroversial dan menarik perhatian publik. Mulai dari perubahan halaman, kata-kata hingga penghapusan pasal dalam isi undang-undang tersebut, hingga adanya peristiwa mematikan mikrofon oleh Ketua DPR RI saat sidang paripurna dan aksi demonstrasi di wilayah-wilayah Indonesia sebagai bentuk penolakan adanya UU Cipta Kerja. Ramainya UU Cipta Kerja yang dibicarakan berbagai lapisan masyarakat, diwarnai pula dengan redaksi Tempo yang menghadirkan gambar visualisasi cover story untuk membahas UU Cipta Kerja ini. Salah satunya adalah cover story edisi 15 Oktober 2020. Peneliti menilai cover story tersebut memiliki makna yang sangat kuat dan layak dianalisis lebih mendalam. Selain itu, cover story Koran Tempo tersebut berisi ‘tanda-tanda’ yang didalamnya terdapat teks, simbol, representasi tokoh dan ekspresi, yang akan membentuk makna.

Tanda-tanda yang termuat dalam cover story Koran Tempo edisi 15 Oktober 2020 dapat ditelusuri mendalam menggunakan semiotika, yang dalam ilmu komunikasi semiotika diartikan sebagai ilmu tanda. Sobur (2013) mengatakan semiotika adalah

suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda yang dikaji tersebut mampu menyampaikan suatu informasi yang membuatnya bersifat komunikatif (Tinarbuko, 2009). Media massa disebut memiliki “penguasa” yang diposisikan untuk menentukan setiap ‘tanda’ yang ada, setiap ‘teks’, dan juga setiap ‘bahasa’ yang nantinya akan disiarkan. (ST TRI, 2013)

Teori yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu model analisis semiotika milik Charles Sanders Peirce. Charles Sanders Peirce dikenal dengan model triadik dan konsep trikotominya yang terdiri dari (1) representamen yaitu bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda. Representamen tak jarang diistilahkan dengan sign, (2) interpretant lebih diartikan sebagai makna dari tanda, (3) object merupakan sesuatu yang mengarah kepada tanda. Sesuatu itu diwakilkan oleh representamen terkait dengan acuan. Selain itu object bisa berupa representasi mental yang ada dalam pikiran dan juga bisa berupa sesuatu nyata diluar tanda. (Vera, 2014).

Penelitian semiotika sebelumnya dilakukan oleh Andriyan dan Ruslan Ramli (2020) menggunakan metode penelitian kualitatif- deskriptif model Peirce. Tujuan penelitiannya yaitu untuk

mengungkapkan makna pesan yang terkandung pada sampul depan tersebut. Hasilnya, makna pesan yang ditampilkan majalah Tempo menunjukkan bahwa pemerintah tidak siap dalam menangani pandemi Covid-19. Ada kebijakan yang masih tumpang tindih antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah sehingga gelombang Covid-19 belum terselesaikan dengan baik di Indonesia.

Penelitian di atas memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Kesamaan pertama, penelitian di atas menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Kesamaan kedua, penelitian di atas menggunakan pendekatan dengan penelitian kualitatif. Selanjutnya untuk perbedaan, penelitian di atas menggunakan sampul majalah sebagai objek penelitian, dengan subjek penelitian media Tempo. Selanjutnya, penelitian di atas menggunakan teori komunikasi, majalah, desain komunikasi visual, dan semiotika.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini memiliki tujuan yaitu menelusuri makna dalam ‘tanda-tanda’ yang berusaha digambarkan oleh media Tempo dalam salah satu cover story-nya tersebut dan bagaimana ‘tanda-tanda’

itu dapat memunculkan perspektif bagi pembacanya.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi

Menurut Onong Uchjana (2004) pengertian komunikasi secara umum dan secara paradigmatis, secara umum komunikasi dapat dilihat dari dua segi yaitu: komunikasi secara etimologis dan komunikasi secara terminologis. Secara etimologis, komunikasi bersumber dari kata *communis* yang memiliki arti 'sama', maksudnya adalah memiliki sama makna dalam suatu hal. Komunikasi dapat berlangsung antara orang-orang yang terlibat memiliki kesamaan makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan atau dengan kata lain komunikasi dapat berlangsung jika seseorang paham mengenai sesuatu yang dikomunikasikan. Secara terminologis sendiri komunikasi memiliki arti proses penyampaian pesan atau suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Komunikasi secara paradigmatis memiliki tujuan tertentu, dapat dilaksanakan secara lisan, dapat juga dengan tatap muka, atau melalui media. Bisa seperti media massa surat kabar, radio, televisi, atau film maupun media non massa seperti surat, telepon,

papan pengumuman, poster, spanduk, dan sebagainya.

Disampaikan oleh Onong (2000) setiap komponen yang terdapat dalam komunikasi yaitu: sender, encoding, message, media, decoding, receiver, response, feedback, dan noise memegang peranan penting dalam kelancaran proses komunikasi.

B. Komunikasi Massa

Disampaikan dalam Elvinaro dan Lukiaty (2010) oleh Tan dan Wright bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang melalui saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, serentak, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan dapat menimbulkan efek tertentu. Sedangkan menurut Gerbner (1967) komunikasi massa merupakan produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang-orang dalam masyarakat industri.

Media massa kini dituntut mampu menyajikan elemen visual yang menarik, juga mudah dipahami khalayak. Salah satu bagian koran yang berperan sejak awal untuk menggugah perhatian khalayak yaitu sampul depan atau cover depannya. (Yudi & Alvian, 2021)

Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney dalam Nurudin (2013), yaitu untuk menginformasikan, untuk memberi hiburan, untuk membujuk, merupakan transmisi budaya.

C. Media Online

Media online merupakan sebuah organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk dan pesan yang bisa mempengaruhi halayak dalam bentuk virtual. Komunikasi melalui media online adalah diseluruh dunia, surat kabar online dan media berita online lainnya tumbuh pesat selama terakhir 1990-an. Sebagian besar surat kabar tidak memiliki sajian secara online sebelum mempopulerkan world wide web, mengambil keuntungan dari kemudahan dalam penggunaan dan ketersediaan umum. Hasilnya adalah ekspansi cepat dari berita online. (Salwen et al., 2004)

D. Komunikasi Visual

Semiotika visual sendiri pada dasarnya merupakan salah satu bidang studi semiotika yang secara khusus meletakkan minat pada penyelidikan terhadap segala bentuk jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra lihatan (visual senses). (Budiman, 2011)

Sementara itu, pesan yang dikemukakan dalam karya desain

komunikasi visual disosialisasikan kepada khalayak melalui tanda. Jika ditarik garis besar, maka tanda dapat dilihat dari dua aspek yaitu tanda verbal dan tanda visual. Tanda verbal adalah aspek bahasa, tema, dan pengertian yang didapatkan. Sedangkan tanda visual akan dilihat dari cara menggambarannya, apakah secara ikonis, indeksial, atau simbolis, dan bagaimana cara mengungkapkan idiom estetya. Tanda-tanda yang terlihat kemudian dibaca berdasarkan dua aspek seecara terpisah, lalu diklasifikasikan dan dicari hubungan antara yang satu dengan lainnya.

E. Karikatur

Karikatur yang telah diberi beban pesan, kritik dan semacamnya berarti telah menjadi kartun opini. Dengan kata lain, kartun yang membawa pesan kritik sosial, penerangan ketika membaca. (Alex, 2003)

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka ketika desainer komunikasi visual yang muncul disetiap penerbitan media massa political cartoon atau editorial cartoon, yakni versi lain dari editorial atau tajuk rencana dalam versi gambar sendiri sedangkan karikatur adalah deformasi berlebihan atas wajah seseorang, biasanya orang terkenal, dengan mempercantiknya dengan

penggambaran ciri khas kebijakan media dan konteks di masyarakat. Redaksi menganggap penting kartun opininya karena sebagai cermin kualitas media. Sudut pandang yang ada pada redaksi dan bagian yang peka pada misi yang diemban, memasukkan jurnalistik, media, dan humor.

F. Semiotika dan Komunikasi

Alex Sobur (2001) menyampaikan yang menjadi dasar semiotika adalah konsep tentang tanda: tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, menjalin dunia itu sendiripun sejauh terkait dengan pikiran manusia sekuruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas.

Dikatakan Cobley dkk (2002) bahwa semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang sistem penandaan dan bagaimana sistem itu berfungsi. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisa untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda merupakan perangkat yang kita pakai dalam upaya untuk mencari jalan didunia ini, artinya ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian analisis semiotika dengan pendekatan kualitatif. Selain itu, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif-kualitatif, dengan desain penelitian semiotika Charles Sanders Peirce yang disebut dengan segitiga makna atau triangle of meaning (Littlejohn & Foss, 2009). Metode penelitian kualitatif yang disampaikan oleh Arief (1992) yaitu sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu ucapan atau tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari subjek itu sendiri.

Cover story Koran Tempo edisi 15 Oktober 2020 merupakan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sebagaimana dijelaskan dalam analisis semiotika Charles Sanders Peirce yang menggunakan segitiga makna, maka unit analisis dalam penelitian ini ada pada tahap sign yang dilakukan dengan pemaknaan seadanya atau secara umum pada cover story Koran Tempo edisi 15 Oktober 2020. Pada tahap sign ini, dibagi ke dalam tiga sub-bab yaitu qualisign yang membahas tentang kualitas yang ada pada tanda seperti pemaknaan pada warna, sub-bab kedua yaitu sinsign atau singular sign yang membahas tentang

eksistensi aktual suatu benda atau peristiwa yang ada pada tanda, lalu sub-bab ketiga yaitu legisign yang membahas tentang kaidah norma yang terkandung dalam tanda. Selanjutnya masuk dalam tahap object, peneliti mengamati objek atau seseorang atau sosok yang digambarkan dalam cover story Koran Tempo edisi 15 Oktober 2020 (Gambar 1). Tahap object ini juga turut dibagi lagi ke dalam tiga sub-bab. Pertama ikon, yaitu yang membahas tentang hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang serupa/mirip. Kedua indeks, yaitu membahas tentang tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang sifat hubungannya adalah sebab akibat, atau dengan kata lain tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Ketiga simbol, yaitu membahas tentang tanda yang berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang telah menjadi kesepakatan bersama. Terakhir, pada tahap interpretan diartikan sebagai pemaknaan lebih mendalam dari sudut pandang pengamat atau peneliti. Tahap ini dibagi juga menjadi tiga sub-bab, diantaranya rheme, decisign dan argumen. Tanda-tanda yang terlihat telah diperhatikan dari dua aspek dengan terpisah, selanjutnya diklasifikasikan, lalu dicari hubungan

diantara yang satu dengan lainnya. (Tinarbuko, 2008)

PEMBAHASAN



Gambar 1. Cover Story Koran Tempo Edisi 15 Oktober 2020

Temuan Data

1. Sign

Tampak pada cover story di atas gambar sosok presiden RI yaitu Joko Widodo atau yang biasa disapa dengan Jokowi. Presiden merupakan tatanan paling atas dalam sebuah struktur sebuah negara, sudah pasti pengesahan UU Cipta Kerja dapat terlaksana juga berkat persetujuan dari Jokowi. Jokowi digambarkan sedang duduk di sebuah kursi hitam yang seperti di dalam ruang kerja. Beliau tampak menggunakan jas hitam dengan kemeja putih didalamnya,

dilengkapi pula dengan sarung tangan hitam mengkilap di kedua tangannya. Jokowi tampak menggunakan headset yang tergantung di kedua telinganya dan salah satu sisinya terlihat disentuh dengan tangannya. Visualisasi tersebut terlihat seperti sosok Jokowi yang tubuhnya banyak ditutupi dengan pakaian dan aksesoris. Gambar tersebut terlihat memiliki judul "JALAN TERUS" dan dilengkapi dengan narasi "Meski Undang-Undang Cipta Kerja ditolak berbagai kelompok masyarakat, Istana menyatakan Presiden akan segera mengesahkannya. Peluang diterbitkannya peraturan pemerintah pengganti undang-undang hampir pasti tertutup. Apalagi omnibus law memang inisiatif Jokowi".

2. Object

Cover story di atas menampilkan sosok Joko Widodo atau Jokowi sebagai objek.

3. Interpretant

Makna yang terkandung dalam cover story tersebut yaitu bahwa pengesahan UU Cipta Kerja akan tetap disahkan oleh negara, terlebih UU Cipta Kerja memang usulan dari Jokowi. Sebagai presiden, Jokowi tentu memiliki peluang besar untuk mewujudkan usulan tersebut. Visualisasi yang disajikan cover story tersebut seperti

menggambarkan bahwa Jokowi akan tetap mengesahkan UU Cipta kerja walaupun mendapat desakan dan penolakan dari berbagai pihak. Sarung tangan yang ia kenakan seperti menandakan bahwa keputusannya tidak ingin disentuh atau diikutcampuri oleh pihak lain. Jokowi seperti menutup akses kerjasama (jabatan tangan) untuk meninjau kembali isi dari UU Cipta kerja inisiatifnya itu. Headset yang tergantung di telinga Jokowi, biasa digunakan seseorang untuk mendengarkan suara dari perangkat elektronik. Dalam cover story tersebut menggambarkan bahwa Jokowi sedang mendengarkan suara yang ada di headset-nya. Ia pun memegang sebelah headset tersebut dengan satu tangan, terkesan ingin mendengarkan suara itu dengan lebih jelas. Sehingga penggambaran tersebut menafsirkan bahwa Jokowi mencoba untuk tidak mau mendengarkan dan menutup usulan dari pihak lain, ia lebih memilih untuk terus menjalankan rencananya mengesahkan UU Cipta Kerja. Pengesahannya memang sangat tertutup untuk rakyat, maka penggambaran di atas memiliki makna yang sama dengan kejadian di lapangan. Komunikasi yang dilakukan Jokowi dalam pengesahan UU Cipta Kerja terus berjalan dengan senyap

dan tertutup tanpa ingin mendengar lagi suara-suara pihak lain.

Hasil Analisis Data

1. Trikotomi Pertama

a. Qualisign

Pada cover story di atas terlihat menggunakan background berwarna merah. Seperti yang dijelaskan sebelumnya warna merah merupakan warna yang mencolok dan warna yang bisa mengalihkan perhatian seseorang ketika melihatnya, sehingga bisa memusatkan pandangannya pada warna tersebut. Dalam psikologi warna, merah memiliki arti kekuatan, bahaya, pemimpin dan kuat. Hal ini bisa bermakna bahwa warna merah yang dijadikan background gambar cover story tersebut merupakan penggambaran adanya bahaya yang sedang terjadi ketika UU Cipta Kerja disahkan. Tone warna yang dipilih dalam cover story tersebut juga tone warna yang gelap sehingga memberikan kesan mencekam. Makna yang ingin disampaikan bisa diartikan bahwa pengesahan UU Cipta Kerja ini sangat pelik dan penuh dengan hal-hal yang senyap dan disembunyikan.

Warna abu-abu yang dipakai pada gambar meja di cover story di atas seperti menggambarkan suatu ruangan

yang senyap. Hal-hal yang dibicarakan di atas meja tersebut hanya didengarkan oleh 'pihak internal'. Seperti yang dijelaskan dalam psikologi warna bahwa makna dari warna abu-abu salah satunya yaitu diam dan tenang, yang dapat diartikan bahwa memang pengesahan UU Cipta Kerja dilakukan dengan senyap dan penuh ketenangan.

Warna hitam mengkilap pada sarung tangan yang digambarkan dalam cover story tersebut menggambarkan bahwa Jokowi tidak ingin tangannya disentuh oleh pihak lain, yang memiliki maksud bahwa beliau tidak ingin keputusannya ini diganggu atau diikutcampuri oleh pihak lain. Sarung tangan hitam biasa digunakan seseorang untuk melindungi tangannya dari benda-benda asing yang dapat mengotori tangannya. Dalam psikologi warna sendiri, warna hitam memang menggambarkan sesuatu yang negatif, mencekam, misteri dan sesuatu yang melanggar (underground).

b. Sinsign (singular sign)

Sosok Jokowi yang digambarkan dalam cover story tersebut seperti sedang mendengarkan suara yang keluar dari headset di kedua telinganya dan dengan dipegang di salah satu sisinya. Judul "JALAN TERUS" yang digunakan pada cover story di atas sangat

menggambarkan suasana yang digambarkan. Jokowi seperti ingin bahwa pengesahan UU Cipta Kerja ini terus berjalan meskipun mendapat desakan dan penolakan dari berbagai pihak masyarakat. Rau wajah Jokowi yang terlihat tenang memberi makna bahwa memang pengesahan UU Cipta Kerja ini sudah dirancang sedemikian rupa sehingga sudah menyiapkan strategi apabila terjadi halangan ditengah proses pengesahannya.

c. Legisign:

Dalam cover story di atas memiliki judul "JALAN TERUS", yang memiliki arti bahwa apapun yang terjadi pengesahan UU Cipta Kerja akan tetap dilaksanakan. Apapun hal-hal yang membatasi atau menghalangi harus segera dituntaskan dengan strategi yang disusun secara tertutup.

Narasi di cover story tersebut juga bertuliskan "... Istana menyatakan Presiden akan segera mengesahkannya. Peluang diterbitkannya peraturan pemerintah pengganti undang-undang hampir pasti tertutup. Apalagi omnibus law memang inisiatif Jokowi" memiliki arti bahwa Jokowi sudah menutup akses pihak lain untuk menyampaikan usulan atau menyampaikan keberatannya atas UU Cipta Kerja. Sekalipun presiden memiliki opsi lain untuk bisa menunda

pengesahan undang-undang ini atau bahkan menggantinya dengan peraturan yang lebih bisa diterima masyarakat, Jokowi tidak mau mengambil opsi tersebut.

2. Trikotomi Kedua

a. Ikon

Ikon yang tergambar dalam cover story tersebut adalah seorang pria dengan mengenakan jas hitam dan kemeja putih didalamnya, menggunakan sarung hitam mengkilap di kedua tangannya serta headset yang digunakan di kedua telinganya. Dengan raut wajah yang sangat tenang dan memegang salah satu sisi headset di telinganya, pria tersebut terlihat duduk tegap di kursi dalam ruangan kerjanya. Ikon yang tergambar tersebut merupakan sosok Joko Widodo, yaitu Presiden Republik Indonesia, sekaligus sosok yang mengesahkan UU Cipta Kerja Oktober 2020 lalu.

b. Indeks

Indeks cover story ini terdapat narasi "Meski Undang-Undang Cipta Kerja ditolak berbagai kelompok masyarakat, Istana menyatakan Presiden akan segera mengesahkannya. Peluang diterbitkannya peraturan pemerintah pengganti undang-undang hampir pasti tertutup. Apalagi omnibus

law memang inisiatif Jokowi” yang memiliki makna Jokowi sebagai pihak yang memiliki andil dalam pengesahan UU Cipta Kerja ini telah memutuskan untuk menutup akses pihak lain untuk menyampaikan usulan atau menyampaikan keberatannya atas UU Cipta Kerja. Sekalipun presiden memiliki opsi lain untuk bisa menunda pengesahan undang-undang ini atau bahkan menggantinya dengan peraturan yang lebih bisa diterima masyarakat, Jokowi tidak mau mengambil opsi tersebut.

c. Simbol

Simbol yang muncul dalam cover story di atas adalah terkait adanya pengesahan UU Cipta Kerja, disamping itu beberapa pihak juga meminta Jokowi untuk menerbitkan peraturan pemerintah pengganti undang-undang untuk menunda dan memperbaiki isi dari UU Cipta Kerja tersebut. Ilustrasi yang digambarkan dalam cover story di atas adalah sosok Jokowi yang sedang mengenakan jas hitam dan kemeja putih didalamnya, menggunakan sarung hitam mengkilap di kedua tangannya serta headset yang digunakan di kedua telinganya.

Dalam realitas obyektif isu ini terkait dengan pengesahan UU Cipta Kerja yang dianggap memiliki aturan-

aturan yang dapat merugikan berbagai pihak, khususnya ‘pihak kecil’ juga dapat melemahkan beberapa aturan yang berimbas pada kesejahteraan masyarakat.

3. Trikotomi Ketiga

a. Rhema

Pemaknaan dalam cover story tersebut adalah adanya kritik terhadap sikap pemerintah yang ternyata melakukan pengesahan UU Cipta Kerja walaupun masih mengundang kontroversi di masyarakat.

Dalam hal ini Jokowi sebagai pihak yang memiliki wewenang dan andil dalam pengesahan UU Cipta Kerja seperti tidak ingin mendengarkan masukan dari pihak lain yaitu masyarakat. Penggambaran Jokowi dalam cover story tersebut seperti menjelaskan bahwa keputusan Jokowi untuk mengesahkan UU Cipta Kerja memang sudah bulat dan tidak bisa diganggu gugat. Proses pengesahannya pun tertutup dan alur komunikasi juga ditutupi, sehingga apa-apa yang terjadi dalam proses pengesahan UU Cipta Kerja kurang transparansi dan terkesan mengesampingkan masukan rakyat.

b. Decisign

Digambarkan cover story ini seperti menyindir Jokowi yang seperti

menutup mata dan telinga untuk melihat dan mendengarkan aspirasi juga masukan dari masyarakat. Sikap Jokowi yang digambarkan tenang, seperti memberi makna bahwa segala sesuatu telah dipersiapkan untuk pengesahan UU Cipta Kerja. Sedangkan proses tersebut kurang transparan dan tidak mau menerima masukan berbagai pihak yang menolak undang-undang tersebut. Pemilihan warna dan judul serta narasi dalam cover story tersebut cukup menyampaikan keresahan masyarakat atas tertutupnya pengesahan UU Cipta Kerja yang getol dilakukan presiden. Hal itu juga menggambarkan bagaimana pemerintah bekerja dalam menetapkan dan memberlakukan aturan-aturan dalam bernegara.

c. Argument

Pemaknaan cover story tersebut memiliki inti mendalam yaitu presiden sebagai pihak utama dan tatanan paling atas tidak seharusnya memutuskan suatu hal dengan keinginannya sendiri tanpa mendengarkan pendapat pihak lain, yang akan berdampak atas pengesahan undang-undang tersebut. Jokowi lebih memilih untuk terus melaksanakan proses pengesahan UU Cipta Kerja meskipun mendapat tekanan dan penolakan dari berbagai pihak masyarakat. Proses pengesahan yang

tertutup dan strategi pengesahan yang tidak transparan, membuat publik berspekulasi buruk terhadap kinerja pemerintah.

SIMPULAN

Berdasarkan analisa data-data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan dari cover story Koran Tempo edisi 15 Oktober 2020 bahwa pengesahan UU Cipta Kerja ini memang sudah direncanakan secara internal dan terkesan ditutup-tutupi. Pemerintah seperti mencoba untuk menutup mata dan telinga terhadap aksi penolakan yang disampaikan masyarakat terhadap pengesahan undang-undang tersebut. Pemerintah tetap mengesahkan undang-undang tersebut bahkan ketika presiden memiliki wewenang untuk menerbitkan peraturan pemerintah pengganti undang-undang yang tidak diambil oleh Joko Widodo.

Penulis juga menyimpulkan bahwa presiden sebagai pihak utama dan tatanan paling atas tidak seharusnya memutuskan suatu hal dengan keinginan pribadinya tanpa mendengarkan pendapat pihak lain yang akan berdampak atas pengesahan undang-undang tersebut. Jokowi lebih memilih untuk terus melaksanakan proses pengesahan UU Cipta Kerja meskipun

mendapat tekanan dan penolakan dari berbagai pihak masyarakat. Proses pengesahan yang tertutup dan strategi pengesahan yang tidak transparan, membuat publik berspekulasi buruk terhadap kinerja pemerintah atas disahkannya UU Cipta Kerja ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala. (2010). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Arief, F. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Alex, S. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika visual: konsep, isu, dan problem ikonitas*. Jalasutra.
- Cobley, P., Jansz, L., & Appignanesi, R. (2002). *Mengenal Semiotika for Beginners*. Mizan.
- Gerbner, G. (1967). *Mass media and human communication theory*. Human communication theory.
- Grant, A. E., & Wilkinson, J. (2009). *Understanding media convergence: the state of the field*. Oxford University Press, USA.
- Kusmiati, A., Pudjiastuti, S., & Suptandar, P. (1999). *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory (Vol. 1)*. Sage.
- Morissan, A. C., & Wardhani, A. (2009). *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Narwaya, S. T. (2013). *Kuasa Media Massa dan Problem Identitas*. Komunikator, 5(1).
- Nurudin. (2013). *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur.
- Onong, U. E. (2000). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana, E. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramli, M. R. (2020). *ANALISIS SEMIOTIKA SAMPUL DEPAN MAJALAH TEMPO EDISI 9-15 MARET 2020*. KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 17(02).
- Salwen, M. B., Garrison, B., & Driscoll, P. D. (2004). *Online news and the public*. Routledge.
- Sobur, A. (2013). *Semiotics for Communication*. PT Young Rosdakarya, Bandung.
- ST TRI, G. N. (2013). *Kuasa Media Massa dan Problem Identitas*. Komunikator, 5(01).

- Sudiana, Y., & Muhazir, A. (2021). Makna Tahun Represi Digital Dalam Cover Koran Tempo Edisi 21 Oktober 2020. AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2).*
- Tinarbuko, S. (2009). Semiotika Komunikasi Visual, cetakan 3. Penerbit Jalasutra, Yogyakarta.*
- Vera, N. (2014). Semiotika dalam riset komunikasi. Bogor: Ghalia Indonesia.*
- Waluyanto, H. D. (2000). Karikatur sebagai karya komunikasi visual dalam penyampaian kritik sosial. Nirmana, 2(2)*