

**ANALISIS MAKNA SIMBOLIK *TAGLINE*
“KEPAK SAYAP KEBHINEKAAN”
PUAN MAHARANI TAHUN 2021**

SKRIPSI

Oleh:

**DHEA ANDIRA
NPM 1803110179**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Penyiaran**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

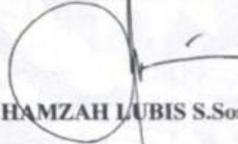
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : DHEA ANDIRA
NPM : 1803110179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : ANALISIS MAKNA SIMBOLIK TAGLINE
"KEPAK SAYAP KEBHINEKAAN" PUAN
MAHARANI TAHUN 2021

Medan, 31 Maret 2022

PEMBIMBING



FAIZAL HAMZAH LUBIS S.Sos., M.I.Kom

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom



DEKAN

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : DHEA ANDIRA
NPM : 1803110179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 31 Maret 2022
Waktu : Pukul 08:00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI II : CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.

PENGUJI III : FAIZAL HAMZAH LUBIS S.Sos., M.I.Kom

(Abd)
(Corry)
(Faizal)

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

PANITIA PENGUJI



Sekretaris

ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Dhea Andira**, NPM 1803110179, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 31 Maret 2022

Yang menyatakan,


DHEA ANDIRA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kebodohan hingga menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi saya yang berjudul Analisis Makna Simbolik *Tagline* “Kepak Sayap Kebhinekaan” Puan Maharani Tahun 2021 diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang strata 1 (S-1) program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga untuk kedua orang tua saya Ayahanda **Puguh Adrianto Wardana** dan Ibunda **Andriati** yang sangat penulis sayangi dan cintai yang selalu mendoakan penulis, membimbing, serta abangda **Rengga Satria Nugroho** dan adik **Putri Andini** memberikan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini selesai. Dengan segala kerendahan hati, penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agusani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Assoc. Dr. Rudianto., M.Si. selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Ibu Dra.Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom, selaku Sekertaris Prodi dan Dosen Pembimbingan penulis yang bersedia memberi masukan dan arahan positif dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik dan membimbing penulis.
9. Randy Wahyu Kurniawan insya'Allah S.T, seorang yang spesial yang selalu ada dalam hati penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman sepermainan, seperjuangan dan bahkan sudah seperti saudara sendiri yang selama bertahun-tahun belakangan selalu memberikan dukungan semangat agar tidak menyerah.

11. Teman-teman satu bimbingan terkhusus untuk Ade Yusnita Meha dan Shafa Tasya yang telah menolong dan membantu penulis selama masa penyelesaian skripsi.
12. Dan pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih belum sempurna, karena masih banyak kekurangan. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat membantu di dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna khususnya bagi penulis sendiri dan kepada pembaca pada umumnya serta juga dapat menjadi referensi yang baik untuk pembuatan laporan skripsi di kedepannya. Terima kasih.

Medan, Maret 2022
Penulis,

Dhea Andira

**ANALISIS MAKNA SIMBOLIK *TAGLINE* “KEPAK SAYAP
KEBHINEKAAN” PUAN MAHARANI TAHUN 2021**

Oleh:

**DHEA ANDIRA
NPM 1803110179**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna simbolik *tagline* “Kepak Sayap Kebhinekaan” Puan Maharani tahun 2021. Teori yang digunakan secara garis besar adalah komunikasi, iklan politik dan semiotika. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan langkah observasi, kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis semiotika, yang mana dalam teknik ini menggunakan teori yang di pegang oleh Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pembuatan suatu baliho atau media cetak di luar ruangan ini, Puan Maharani menyesuaikan tempat atau daerah dimana ia menyampaikan maksud dan tujuannya, seperti ketika di Provinsi Aceh beliau menggunakan hijab dan di Provinsi lain beliau bergaya menggunakan pakaian seperti kehidupan sehari-harinya. Adapun makna dari *tagline* “kepak sayap kebhinekaan” milik Puan Maharani ini terbagi menjadi denotasi dan konotasi, *tagline* ini memiliki makna denotasi yang bermakna sebagai bentuk kerja dari sayap tanpa memandang bulu atau perbedaan. Namun secara konotasinya, menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia harus bersama-sama, seirama dan sejalan untuk untuk melambung tinggi tanpa memandang perbedaan yang ada, dan tanpa mengungkit segala bentuk perbedaan mulai dari suku, budaya, bahasa, ras dan lain sebagainya. *tagline* tersebut memiliki makna denotasi dan konotasi di setiap unsur *taglinenya*, seperti unsur huruf, warna dan tata letaknya.

Kata kunci: *Tagline*, Makna Simbolik, Semiotika

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORI.....	6
2.1 Komunikasi.....	6
2.2 Makna Simbolik	7
2.3 <i>Tagline</i>	9
2.4 Iklan Politik	11
2.5 Kepak Sayap	14
2.6 Kebhinekaan	15
2.7 Semiotika.....	15
2.8 Profil Puan Maharani.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Kerangka Konsep	22
3.3 Definisi Konsep	22
3.4 Kategorisasi Penelitian	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Teknik Analisis Data	27
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	27

3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Hasil Pembahasan.....	28
4.1.1 Makna Denotasi, Konotasi dalam Unsur <i>Tagline</i> Semiotika Roland Barthes	28
4.1.2 Pemaknaan Mitos dari Unsur <i>Tagline</i> “Kepak Sayap Kebhinekaan”	39
4.2 Pembahasan	42
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	22
Gambar 4.1 Reklame “Kepak Sayap Kebhinekaan”	27
Gambar 4.2 <i>Tagline</i> “Kepak Sayap Kebhinekaan”	30

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Konsep Semiotik Roland Barthes	17
Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Semiotika Warna.....	30
Tabel 4.2 Petanda Dan Penanda Warna	32
Tabel 4.3 Visual Huruf.....	34
Tabel 4.4 Petanda Dan Penanda Huruf	34
Tabel 4.5 Semiotika Tata Letak	35
Tabel 4.6 Petanda Dan Penanda Tata Letak.....	36
Tabel 4.7 Petanda Dan Penanda Kata Kepak.....	37
Tabel 4.8 Petanda Dan Penanda Kata Sayap	38
Tabel 4.9 Petanda Dan Penanda Kata Kebhinekaan	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menjelang pemilu 2024 banyak bermunculan iklan-iklan politik salah satunya ada milik Puan Maharani dengan *tagline*-nya “kepak sayap kebhinekaan” yang terpublikasi melalui reklame baik billboard maupun spanduk-spanduk yang kemudian menjadi perbincangan dalam media massa mulai dari media cetak hingga media online. *Tagline* kepak sayap kebhinekaan Puan Maharani ini menimbulkan kontroversial pro dan kontra di jakat opini publik baik secara luring maupun daring.

Dalam dunia perpolitikan di Indonesia tidak terlepas dari nama Megawati Soekarno Putri, beliau dikenal sebagai wanita tangguh dalam dunia politik Indonesia. Putri sulung Presiden Soekarno ini memulai karirnya sebagai Ketua umum di partai PDI. Karir politiknya menanjak saat menjadi Wakil Presiden Indonesia ke-8 bersama Gus Dur. Dalam waktu kurang dari lima tahun, posisinya naik menjadi Presiden kelima Republik Indonesia (Biografi Megawati, 2006). Hal ini secara tidak langsung menjadikannya sebagai Presiden wanita pertama di Indonesia. Megawati memiliki putri bernama Puan Maharani, yang mana saat ini Puan menduduki posisi sebagai ketua DPR RI periode 2019-2024.

Di berbagai perjalanannya Puan tidak melepaskan diri dari sosok kakek dan ibunya yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa perjalanan Puan tak lepas dari sosok orang-orang terdahulunya yang sudah memiliki sejarah panjang di dunia politik Indonesia. Iklan politik memiki fungsi komunikasi politik. Dalam reklame

iklan politik milik ketua DPR RI 2019-2024 itu, terdapat warna dan bentuk visual yang menarik perhatian setiap orang yang melihatnya. Warna dasar baliho tersebutpun di tegaskan oleh warna merah yang menunjukkan bahwa merah merupakan warna dari partai yang di duduki oleh Puan yaitu Partai PDI-Perjuangan.

Dunia politik pasti erat kaitannya dengan komunikasi, isi dalam komunikasi pasti terjadi pelemparan pesan dari komunikan kepada komunikator dimana hal tersebut akan menimbulkan efek yang didapatkan melalui media. Laswell sendiri mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *who says what in which channel to whom with what effect?* atau siapa mengatakan apa dengan media apa kepada siapa dengan efek apa? Dan menurut Mary B. Cassata dan Molefi K. Asente, komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan memengaruhi khalayak (Mulyana, 2015).

Menurut Susanne K. Langer, salah satu kebutuhan dasar manusia adalah kebutuhan akan simbolisasi atau penggunaan simbol. Ernst Cassirer mengatakan bahwasannya kelebihan yang dimiliki manusia atas makhluk lain adalah keistimewaannya sebagai simbol binatang. Simbol atau ikon dipergunakan untuk menandakan sesuatu yang lain, dengan persetujuan sekelompok orang. Simbol terdiri atas item makna yang telah disepakati bersama, seperti kata-kata (pesan verbal), perilaku non-verbal, dan tanda-tanda untuk menunjukkan rasa hormat dan objek yang bermakna disepakati bersama, seperti mengibarkan bendera di halaman rumah sebagai bentuk penghormatan atau cinta untuk negara.

Kemampuan manusia dalam mengartikan bentuk verbal memungkinkan berkembangnya bahasa dan pengelolaan hubungan antara orang dan objek (nyata ataupun abstrak) tanpa kehadiran orang atau objek tersebut (Mulyana, 2015).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori pendukung mengenai semiotika. Semiotika adalah bidang ilmu yang mempelajari sistem, aturan, dan praktik yang menjadikan simbol-simbol tersebut bermakna. Secara sederhana semiotika adalah tanda yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang tersirat. Dengan bantuan semiotika, semua pesan tersirat akan sampai dengan hanya menampilkan tanda-tanda yang relevan. Menurut Roland Barthes salah satu pengikut Saussure, yang pertama kali merancang model sistem, dimana dalam model ini terjadi proses negosiasi dan ide bermakna yang berinteraksi satu sama lain dapat dianalisis. Inti dari teori Barthes adalah tentang tatanan signifikan (Lubis, 2017).

Menurut Barthes, semiotika ingin mempelajari bagaimana manusia hendak menginterpretasikan sesuatu. Sesuatu yang di maksud disini tidak dapat di samakan dengan komunikasi. Ini berarti bahwa objek tidak hanya membawa informasi, yang dengannya objek ingin berkomunikasi, tetapi juga membentuk sistem tanda yang terstruktur. Teori semiotik Barthes mirip seperti yang diturunkan dari teori bahasa Saussure, menurut Roland Barthes bahasa adalah sistem tanda yang menggambarkan asumsi masyarakat tertentu pada waktu tertentu. Tanda pun di maknai dengan dua hal yaitu denotatif dan konotatif. yang mana nantinya tanda tersebut akan memiliki arti secara garis besar dengan di

lelaki oleh kehadiran mitos yang konon merupakan suatu cerita yang menciptakan suatu keyakinan.

Ketua DPR RI tersebutpun mengeluarkan beberapa *tagline* yang di sebarannya melalui atas nama partai PDI Perjuangan. Maksud dan tujuan dari di keluarkannya *tagline-tagline* tersebutpun maasih belum jelas, namun menurut partai hal tersebut tidak ada sangkut pautnya dengan pemilihan presiden di tahun 2024 nanti dimana hal itu dilakukan hanya mengangkat jabatan Puan Maharani di posisi DPR RI yang harus tetap memperdulikan rakyatnya dengan memberikan motivasi-motivasi kecil melalui *tagline* yang di luncurkan. Berdasarkan pemaparan tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian skripsi dengan judul “Analisis Makna Simbolik *Tagline* ‘Kepak Sayap Kebhinekaan’ Puan Maharani tahun 2021”.

1.2 Pembatasan Masalah

Fokus penelitian ini hanya pada makna *tagline* yang disebutkan yaitu “Kepak Sayap Kebhinekaan” Puan Maharani.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian ini yaitu: “Bagaimana Analisis Makna Simbolik *Tagline* “Kepak Sayap Kebhinekaan” Puan Maharani Tahun 2021?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna simbolik *tagline* “Kepak Sayap Kebhinekaan” Puan Maharani tahun 2021

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan penulis, berkaitan dengan konsep maupun metodologinya. Penulisan inipun dapat memberikan masukan untuk penulisan serupa di masa yang akan datang berkaitan dengan komunikasi dan dapat menjadi dokumen bagi perguruan tinggi yang berguna menjadi rujukan bagi mahasiswa.

2. Secara Praktis

Menjadi bahan masukan untuk mahasiswa, partai politik, civitas dan masyarakat pada umumnya dalam massa kehidupan dikedepannya.

1.6 Sistematika Penulisan.

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

BAB II : Uraian Teoritis

Pada bab ini berisikan uraian teoritis yang relevan dengan penelitian yaitu tentang komunikasi, makna simbolik, iklan politik, *tagline*, kepak, sayap, kebhinekaan dan profil Puan Maharani

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uraian singkat tentang objek penelitian

BAB IV : Hasil Dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil dari penelitian dan pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penulisan, hasil penulisan dan pembahasan.

BAB V : Penutup

Bab ini menguraikan tentang simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORI

2.1 Komunikasi

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Ar-Rahman: 1-4 "Allah yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara". Dari sepenggal ayat ini membuat kita paham bahwa setiap manusia ditakdirkan untuk berkomunikasi satu sama lain dengan berbagai cara. Komunikasi merupakan suatu pelepasan pesan dari komunikan kepada komunikator yang mana menggunakan suatu media dan terdapat umpan balik didalamnya. Menurut Lasswell komunikasi berjalan baik apabila melalui lima tahap. Kelima tahapan tersebut adalah : *Who* yaitu orang yang menyampaikan pesan (komunikator). *Say What* adalah pesan apa yang disampaikan. *In Which Channel* memaknai media apa yang dipakai dalam menyampaikan pesan. *To Whom* : kepada siapa pesan tersebut sampai (penerima pesan (komunikan)). *What Effect* yaitu efek apa yang akan terjadi ketika komunikan menerima pesan dari komunikator (Kurniawan, 2018).

Dean Barnlund membawa ide lain untuk menggambarkan komunikasi: "Komunikasi melukiskan evolusi makna; makna ialah sesuatu yang diciptakan, ditentukan, diberikan, dan bukan merupakan sesuatu yang diterima. Singkatnya, komunikasi bukanlah reaksi terhadap sesuatu atau interaksi dengan sesuatu, tetapi transaksi yang diciptakan orang dan memberi makna untuk mencapai tujuannya". Laswell dan Dean Barnlund tampaknya mengatakan hal yang sangat berbeda mengenai komunikasi, Burnland sangat rumit, tetapi Lasswell lebih sederhana.

Namun, untuk memahami fenomena komunikasi, mereka saling melengkapi. Meski demikian, rumus Laswell yang terlalu sederhana itu memang perlu dimodifikasi berdasarkan pemikiran Barnlund, dimana harus diubah agar tidak berkesan linier tetapi terus berputar, bersangkutan. Maka dari itu unsur ‘kepada siapa’ dalam rumus Laswell perlu diganti dengan ‘dengan siapa’. Dengan begitu, akan muncul bersamaan, dan keduanya akan berperan, bukan mengalir dari satu orang ke orang lain (Kurniawan, 2018).

2.2 Makna Simbolik

2.2.1 Makna

Makna adalah suatu konsep yang abstrak. Menurut Sobur makna terkadang berbentuk asosiasi, pemikiran yang terkait serta perasaan yang melengkapi konsep yang diterapkan. Ada beberapa pendapat tentang jenis dan tipe makna. Brodbeck memaparkan teori tentang makna dengan cara mudah. Makna yang pertama adalah inferensial, yaitu makna suatu kata atau lambang adalah objek, pikiran, gagasan, ataupun konsep yang dirujuk oleh kata tersebut. Makna yang kedua adalah arti (*significance*) dari suatu istilah sejauh dihubungkan dengan konsep-konsep yang lainnya. Makna yang ketiga adalah makna intensional, yaitu makna yang dimaksud oleh orang yang menggunakan lambang atau simbol tersebut. Meski banyak jenis dan ragamnya, salah satu metode yang digunakan oleh para ahli untuk membahas tentang ruang lingkup makna yang lebih dalam dan lebih lebar ini adalah dengan membedakan makna menjadi dua, yaitu makna denotatif dan makna konotatif (Kusuma & Iis, 2017).

Makna bukanlah konsep yang mutlak dan statis yang dapat ditemukan dalam pesan kemasan. Makna adalah proses aktif, jadi ahli semiotika gunakan kata kerja seperti membuat, membangkitkan, atau bernegosiasi yang mana ini mengacu pada proses makna. Makna adalah hasil interaksi dinamis antara tanda, penafsir dan objek. Secara historis, makna ditempatkan dan dapat berubah seiring waktu. Makna terkait dengan tujuan manusia. Seperti berhati-hati terhadap teman-teman kita yang menatap kita, baik dengan kasih sayang atau kekerasan (Djawad, 2016).

Jika dihubungkan dengan konsep Saussure mengenai penanda dan pertanda, maka sebenarnya makna lebih dekat pada penanda. Sebab, pada prinsipnya, makna itu adalah hasil penanda. Hasil operasi penanda inilah yang nantinya akan memunculkan makna. Makna tidak melekat pada kata atau kalimat tetapi memunculkan makna pada pikiran orang. Oleh karena itu, tidak ada kaitan langsung antara suatu objek dan simbol yang digunakan untuk mempresentasikannya. Ketika mengatakan “Saya sakit perut”, andaikan pengalaman itu nyata, akan tetapi tidak seorang pun dapat merasakan rasa sakit itu. Hubungan itu diciptakan dalam pikiran si pembicara (Djawad, 2016).

2.2.2 Simbol

Simbol adalah objek, peristiwa, bunyi ujaran, atau bentuk tertulis yang bermakna manusia. Bentuk utama dari simbolisasi manusia adalah dengan bahasa. Tetapi orang juga berkomunikasi melalui tanda dan tanda dalam bentuk tari, lukisan, musik, arsitektur dan banyak lagi. Simbol adalah objek sosial yang digunakan untuk mewakili apa yang disepakati untuk diwakili oleh simbol. Dari sudut pandang antropologi, simbolik memaknai manusia sebagai pembawa,

subjek dan tujuan tanda dan sistem tanda yang berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan suatu pengetahuan dan pesan. Selain ide dan nilai, simbol membentuk dasar tindakan dan perilaku (Haris & Amalia, 2018).

2.2.3 Makna Simbolik

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, makna dapat di pahami sebagai arti atau maksud sesuatu kata. Sedangkan simbolik adalah perlambangan, menjadi lambang, mengenai lambang seperti lukisan-lukisan dan sebagainya (Anwar, 2001). Maka dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa makna simbolik adalah maksud atau arti dari sesuatu lambang yang mana nantinya dapat dipahami oleh seseorang.

2.3 Tagline

Tagline merupakan bagian dari sebuah iklan yang bertujuan agar lebih mudah diingat oleh konsumen. *Tagline* dalam sebuah iklan memegang peranan penting. Moriarty berpendapat bahwa: “*Tagline* adalah kalimat pendek yang mudah diingat yang biasanya posisinya ditempatkan di akhir iklan untuk melengkapi penjelasan ide kreatif”(Saputri dkk., 2020). *Tagline* adalah susunan kata yang singkat, biasanya tidak lebih dari 7 kata, ditempatkan di sebelah logo menyampaikan pesan merek yang kuat, dan ditujukan kepada audience tertentu (Widyastuti, 2018).

Peran *tagline* dalam periklanan sangat penting dalam membantu menanamkan sebuah produk yang diiklankan ke dalam diri konsumen. Dengan adanya *tagline* dalam iklan, akan sangat menolong masyarakat untuk mengingat produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, *tagline* merupakan kata-kata atau ungkapan kreatif

yang mudah diingat dan mampu mempresentasikan pesan iklan dari lembaga kepada masyarakat, dalam rangka proses penanaman konsep terhadap produk secara positif ke dalam benak masyarakat. Ada tiga dimensi dalam menentukan dalam pembuatan *tagline* yaitu, Familiarity, Differentiation, dan Message/Value. Setiap dimensi memiliki metrik yang berbeda yang akan menjadi tolak ukur apakah *tagline* berpengaruh dalam brand awareness (Widyastuti, 2018).

Tagline merupakan bagian dari sebuah iklan yang bertujuan agar iklan lebih mudah diingat oleh konsumen. *Tagline* dalam iklan memainkan peranan yang penting. Ada tiga karakteristik dari suatu *tagline* (Saputri dkk., 2020), yaitu:

1. Sederhana (simple).

Dapat ditandai oleh sebuah gambar tanpa kata-kata maupun dengan kata-kata menarik. Pembuatan *tagline* tidak harus berupa logo merek produk yang dipromosikan, tetapi harus berupa elemen visual unik yang terkait dengan produk dan citra merek.

2. Mudah diingat (memorable).

Kesuksesan suatu iklan adalah sesuatu yang tersimpan dalam memori konsumen yang mengutamakan suara dan merek produk. Salah satu proses belajar manusia yang paling mendasar adalah kumpulan pengulangan kata yang menarik atau kata kunci yang mudah diingat. Metode ini digunakan untuk mencapai *tagline* yang sukses dalam iklan produk.

3. Memperkuat merek (strong)

Tagline berguna sebagai dasar perbedaan promosi iklan untuk sebuah produk yang serupa agar saling melengkapi sebagai pengembangan sebuah *tagline* sukses

yang mana memiliki perasaan membangun kembali pengakuan dan keakraban dengan produk.

2.4 Iklan Politik

2.4.1 Iklan

Iklan dalam bahasa Melayu (berasal dari bahasa Arab yaitu *I'lan* atau *I'lanun*) secara harfiah berarti informasi. *Advertising* berasal dari bahasa Inggris, atau kata *advertentir* yang berasal dari bahasa Belanda untuk menyebut iklan, dan *advertere* yang berasal dari bahasa Latin yang berarti berlari menuju ke depan, sedangkan *advere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain atau mempunyai pengertian mengalihkan perhatian, yaitu sesuatu yang dapat mengalihkan perhatian audiens kepada sesuatu. Periklanan merupakan sarana penyampaian pesan suatu produk atau jasa dari pengirim pesan (lembaga/produsen) ke penerima pesan (masyarakat) yang bersifat “statis maupun dinamis agar masyarakat terpancing, tertarik, tergugah untuk menyetujui dan mengikuti. Penyampaian pesan secara tidak langsung di publikasikan melalui media massa atau media lain yang terbaca oleh masyarakat, sehingga mendapatkan reaksi dan aksi yang positif (Pujiyanto, 2013).

Dalam iklan terdapat media yang sering digunakan, contohnya seperti media massa online, media indoor dan media luar ruangan. Media luar ruang adalah media yang digunakan di luar ruangan (*outdoor*) contohnya seperti baliho, spanduk, banner dan TV layar lebar. (Maisyarah & Widodo, 2021). Ciri utama media luar ruang adalah sifatnya yang situasional, artinya dapat dikirim ke orang tertentu pada waktu yang paling nyaman dan menarik bagi mereka. Bentuk iklan

politik luar ruang diantaranya: papan reklame, poster, spanduk, umbul-umbul, iklan bus (iklan transit), dan iklan pohon. Iklan merupakan media untuk berkomunikasi dimana akan efektif bila terdapat unsur-unsur tertentu. Hal ini sesuai dengan teori Cutlip dan Center yang dikenal dengan the 7C's of communication (Anshori, 2017)

1. *Credibility*, mulailah berkomunikasi dengan membangun kepercayaan.
2. *Context*, suatu program komunikasi harus dikaitkan dengan kondisi lingkungan atau sosial yang bertentangan dan sejalan dengan keadaan tertentu dan memperhatikan sikap partisipatif.
3. *Content*, pesan itu bermakna bagi audiensnya dan mempunyai kecocokan dengan sistem nilai yang berlaku untuk semua orang dan bermanfaat.
4. *Clarity*, membuat pesan dengan bahasa yang mudah dipahami atau memiliki arti yang sama antara komunikator dan komunikan.
5. *Continuity and consistency*, komunikasi adalah suatu proses tanpa akhir yang membutuhkan pengulangan untuk mencapai suatu tujuan.
6. *Channel*, penggunaan atau pemilihan media yang tepat untuk menyampaikan pesan.
7. *Capability*, kemampuan khalayak terhadap pesan yang melibatkan berbagai faktor seperti kebiasaan-kebiasaan membaca atau menyerap ilmu pengetahuan dan sebagainya memerlukan perhatian dari pihak komunikator dalam menghasilkan suatu pesan.

2.4.2 Politik

Politik pada umumnya adalah untuk menentukan peraturan-peraturan yang dapat diterima baik oleh sebagian besar warga, untuk membawa masyarakat ke arah kehidupan bersama yang harmonis. Adapun definisi politik (Budiardjo, 2015).

Pesan dalam komunikasi politik dalam praktik sejarahnya pernah dimaknai sebagaimana ‘peluru’ untuk memengaruhi atau memersuasikan komunikan atau khalayak yang menjadi sasaran dalam kegiatan komunikasi politik. Aristoteles, yang melahirkan teori tentang retorika politik, menjelaskan ada tiga elemen dasar dalam komunikasi sebenarnya. Pertama, yang disebut dengan *communicative ideology* atau penyampaian nilai-nilai atau ideologi yang disampaikan oleh komunikator. Kedua, disebut dengan *emotional quality* atau perasaan emosional yang dimiliki oleh khalayak pada saat komunikasi terjadi. Ketiga, yang membawa pesan komunikasi bermakna ialah *core argument* atau argumentasi intinya.

Maka, jelas dari yang dijelaskan oleh Aristoteles di atas bahwa pesan komunikasi mempunyai *power* atau kekuatan untuk menyampaikan keinginan, nilai, ideologi, pemikiran, opini dan sebagainya dari para peserta komunikasi, terutama dalam komunikasi persuasi untuk membujuk atau memengaruhi orang lain untuk berperilaku sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator (Subiakto & Rachmah, 2014).

Politisi menggunakan bahasa sebagai sarana untuk menyampaikan dan mengekspresikan ide pikiran dan/atau rencana programnya. Bahasa digunakan politisi untuk memperkaya khazanah perbendaharaan jargon-jargon politik dan makna baru suatu kata. Dalam kajian komunikasi politik, politisi dan bahasa mempunyai signifikansi yang intens, karena ketika menyampaikan pesan bukan hanya apa yang disampaikan melainkan lebih siapa yang menyampaikannya (*look who's talking*) (Subiakto & Rachmah, 2014).

2.4.3 Iklan Politik

Iklan politik adalah iklan yang memuat isu-isu kehidupan politik, seperti partai politik, demokrasi, pemilihan pejabat pemerintahan dan anggota legislatif, pemilihan anggota DPD, kekuasaan negara dan lain-lain. Iklan politik biasanya dilakukan oleh para politisi atau organisasi yaitu pemerintah dan partai politik. Isi dari iklan ini untuk membentuk citra baik dari organisasi ataupun individu serta mengajak masyarakat untuk memilih dan mendukung organisasi politik dan politisi yang memasang iklan. (Anshori, 2018).

2.5 Kepak Sayap

Kepak merupakan kata kerja dari sayap dimana singkatnya adalah hendak terbang tinggi (Kata Kepak, n.d.), sedangkan sayap (Kata Sayap, n.d.) merupakan bagian tubuh beberapa binatang yang digunakan untuk terbang. Puan Maharani memiliki garis keturunan di dunia politik untuk menjadi orang yang berpengaruh di negara ini bahkan kancah dunia. Dengan diluncurkannya kalimat kepak sayap dalam salah satu *tagline* dalam reklame miliknya, menandakan bahwa Puan

Maharani siap untuk terbang tinggi untuk menjadi seseorang yang layak mendapatkan tempat terbaik di dunia politik negara ini.

2.6 Kebhinekaan

Kebhinekaan berarti keberagaman (Kata Kebhinekaan, n.d.), seperti itulah negara Indonesia yang memiliki banyak perbedaan yang beragam-ragam mulai dari suku, ras, adat, budaya dan lain sebagainya. Dengan hadirnya keberagaman di tengah-tengah masyarakat Indonesia, bisa mempererat satu sama lain dan bisa pula membuat kericuhan ditengah-tengah masyarakat. Kebhinekaan atau yang berbeda-beda itu menunjuk pada realitas objektif masyarakat Indonesia yang memiliki keanekaragaman yang tinggi. Keanekaragaman masyarakat Indonesia dapat dijumpai dalam berbagai bidang kehidupan. Dan dalam bidang politik keanekaragaman ini diwarnai oleh adanya kepentingan yang berbeda-beda antara individu atau kelompok yang satu dengan individu atau kelompok yang lainnya.

2.7 Semiotika

2.7.1 Pengertian Semiotika

Secara etimologis, semiotika berasal dari kata Yunani yaitu *semeion* yang artinya adalah tanda. Tanda itu sendiri diartikan sebagai sesuatu yang bisa dianggap sebagai sesuatu yang lain berdasarkan praktik-praktik sosial yang telah ada sebelumnya. Tanda pada awalnya didefinisikan untuk menunjukkan adanya sesuatu yang lain. (Wibowo, 2013). Semiotika merupakan suatu model ilmu sosial memahami dunia sebagai bentuk sistem yang hubungan dengan unit-unit dasar

yang memiliki “tanda”. Oleh karenanya, semiotika mengkaji hakikat keberadaan dari tanda. Semiotika Umberto Eco mengatakan tanda sebagai “kebohongan”, dan ada sesuatu di belakangnya, bukan hanya tanda itu sendiri. Dalam memahami teks media, kita sering dihadapkan pada tanda-tanda misalnya poster rekrutmen tentara Inggris yang mana di dalam poster itu terdapat gambar orang berkulit hitam bukan warga berkulit putih. Tanda itu merupakan cerminan dari realitas, yang dikonstruksikan lewat kalimat. Menurut Saussure, persepsi dan pandangan kita tentang realitas, dibangun oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan di dalam konteks sosial (Wibowo, 2013).

2.7.2 Semiotika menurut Roland Barthes

Menurut Roland Barthes, salah satu penerus Saussure, yang pertama kali merancang model sistematis, yang dapat menganalisis proses negosiasi secara interaktif. Inti dari teori Barthes adalah gagasan tentang tatanan signifikasi. Roland Barthes menyatakan bahwa bahasa adalah sistem tanda yang mencerminkan asumsi masyarakat tertentu pada waktu tertentu (Lubis, 2017). Ada tiga kajian dalam semiotika menurut Barthes yaitu denotasi, konotasi dan mitos.

a) Denotasi ialah gambaran hubungan antara penanda dengan petanda dan tanda dengan objek dalam suatu realitas eksternal. Dalam hal ini berbentuk suatu reaksi secara umum mengenai suatu petanda. Barthes menyatakan bahwa hal ini mengacu pada anggapan umum mengenai tanda. Oleh karena itu, pemakaian makna denotatif bisa menjadi sama sehingga letak perbedaannya berada pada

konotasinya dan denotasi ini mengacu pada apa yang diyakini oleh orang-orang. (Harnia, 2021).

b) Konotasi merupakan gambaran interaksi ketika tanda bertemu dengan perasaan maupun emosi dari penggunanya. Dalam hal ini, konotasi biasanya terbungkus dalam suatu bingkai dan terfokus. Konotasi bersifat subjektif yang seringkali kita tidak sadar telah menyadari hal tersebut. Barthes juga menjelaskan bahwa ada tiga cara tanda bekerja pada tahapan konotasi. Dengan kata lain, sinifikasi tanda merupakan interaksi yang terjadi ketika tanda berjumpa dengan emosi, perasaan dan nilai-nilai dalam kebudayaan mereka. Misalnya, makna konotasi kata “cinta” adalah pasangan seumur hidup. Maka dari itu, menurut Barthes bahwa konotasi ialah penanda dari tanda konotasi (Harnia, 2021).

c) Mitos merupakan cerita yang digunakan budaya tertentu untuk menjelaskan suatu realitas alam. Barthes mengatakan bahwa mitos bekerja dengan cara menaturalisasikan cerita. Misalnya, mitos dari kata “cinta” adalah tindakan saling mencintai dari lubuk hati kita yang paling dalam. Namun, kata “cinta” dalam judul lagu tersebut menyampaikan perasaan hampa seseorang karena dikhianati oleh kekasihnya (Harnia, 2021).

Barthes menjelaskan bukan hanya denotasi dan konotasi saja melainkan ada dua tahap signifikasi yang mana pada tahap pertama adalah hubungan antara signifier (penanda) dan Signified (petanda) dalam sebuah tanda dengan realitas eksternal. Barthes menyebutkan tingkatan pertama ini sebagai makna tertinggi dari tanda (sign) (Sobur, 2016).

Tabel 2.1 Konsep Semiotik Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (Penanda Denotatif)	
4. <i>Conotative Signified</i> (Penanda Konotatif)	5. <i>Conotative Signified</i> (Petanda Konotasi)
<i>Connotative sign</i> (Tanda Konotatif)	

Sumber: Konsep Semiotik Roland Barthes, Sobur (2016)

Berdasarkan dari peta Barthes tersebut terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2), namun pada saat yang bersamaan, tanda denotatif merupakan penanda konotatif juga (4). Maka, hal tersebut merupakan unsur material jika hanya kita mengenal tanda “singa”, barulah muncul konotasi seperti harga diri, kegagahan, dan keberanian menjadi sesuatu yang mungkin.

2.8 Profil Puan Maharani

Puan Maharani seorang perempuan kelahiran September 1973 dengan nama lengkap Puan Maharani Nakshatra Kusyala Devi yang merupakan anak pertama dari pasangan Megawati Soekarno Putri dan Taufiq Kiemas (Profil Puan Maharani, n.d.). Dalam sejarah pendidikannya beliau pernah menuntut ilmu di Perguruan Cikini sejak duduk dibangku sekolah dasar hingga sekolah menengah atas. Setelah itu beliau melanjutkan kuliah di Universitas Indonesia pada tahun 1997 jurusan ilmu komunikasi. Sebelum terjun kedalam dunia politik, di masa mudanya Puan Maharani sempat terjun dalam dunia jurnalistik dan juga sempat magang di salah satu majalah yaitu Forum Keadilan (Biografi Puan Maharani, n.d.).

Puan memulai karir di dalam bidang politik pada tahun 2006 dengan menjadi anggota DPP KNPI bidang luar negeri. Dia dikenal sebagai sosok perempuan yang memiliki pemikiran yang otentik dalam melihat tentang kebangsaan. Jiwa politik yang ada pada dirinya merupakan warisan dari keluarganya, dimulai dari sosok kakeknya yang merupakan seorang proklamator Republik Indonesia dan ibunya yang merupakan mantan presiden kelima Indonesia. Karirnya pun melesat begitu cepat hingga pada tahun 2007 ia menjabat sebagai ketua DPP PDI Perjuangan Bidang Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat. Keputusan untuk menjadi seorang ketua DPP karena ia merasa terobsesi akan pesan dari sang ayah yaitu meski masih berada di usia muda tidaklah perlu takut untuk masuk dan terjun ke dalam dunia pemerintahan (Biografi Puan Maharani, n.d.).

Di tahun 2009 Puan terpilih menjadi Ketua 1 Fraksi PDI Perjuangan DPR RI periode 2009-2012 dimana beliau berhasil meraih suara terbanyak kedua di sekala Nasional dengan jumlah suara sebanyak 242.504 suara. Tak hanya menjadi Ketua Fraksi PDI Perjuangan DPR RI, pada tahun 2009-2012 Puan Maharani juga menjadi anggota DPR RI Komisi VI Bidang BUMN, Perdagangan, Perindustrian, Investasi, Koperasi, UKM, dan Standarisasi Nasional. Pada waktu yang bersamaan di tahun 2009 hingga 2014 Puan juga menjabat sebagai Anggota Badan Kerjasama antar Parlemen / BKSAP DPR RI (Biografi Puan Maharani, n.d.).

Jiwa Kebangsaan sangatlah melekat pada diri seorang Puan, di tahun 2014-2019 ia menjabat sebagai Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, dalam masa jabatannya tersebut beliau terus mengambil peranan

dalam pemerintahan hingga pada saat ini Puan Maharani menjabat sebagai Ketua DPR RI Periode 2019-2024. Selama Puan Maharani berkecimpung di dunia Politik, ia memiliki prestasi yang sangat banyak. Puan Maharani menjadi perempuan pertama yang menjadi Menteri Koordinator dan sekaligus menjadi yang termuda. Pada saat menjadi Menteri, Puan berhasil menurunkan angka kemiskinan dan pengangguran di angka terendah dalam sejarah NKRI. Selain itu Puan mampu meningkatkan angka kesejahteraan dalam Bidang Pendidikan, Kesehatan dan kehidupan yang layak sampai ke indeks gini ratio (Biografi Puan Maharani, n.d.).

Prestasi yang dimiliki Puan tak hanya berada dalam negeri melainkan juga prestasi di luar negeri. Salah satu prestasi yang dimilikinya ada di tahun 2015 yang mana Puan menjadi Ketua Delegasi Republik Indonesia di pembukaan Sea Games XXVIII di Singapore dan di tahun yang sama beliau juga menjadi Delegasi RI pada *International Dialogue on Revitalized Global Partnership at the 70th UN General Assembly, New York*. Bukanlah sesuatu yang aneh jika Puan Maharani memiliki penghargaan-penghargaan dibidang politik. Karena ketekunan dan semangat serta jiwa nasionalisme yang ada pada dirinya ia mampu memperoleh penghargaan MURI di tahun 2013 sebagai Pemrakarsa Pagelaran Wayang Kulit dengan Kelir Terpanjang (Biografi Puan Maharani, n.d.).

Selain itu ada dua rekor MURI lainnya yang di pegang oleh ketua DPR RI 2019-2024 tersebut, dimana ia dipercaya dan dipilih menjadi seorang perempuan pertama yang menjabat sebagai Menteri Koordinator Bidang PMK dan merupakan seorang Menteri termuda di dalam Kabinet Jokowi-Jusuf Kala. Di

tahun 2016, Puan juga memperoleh *Democracy Award* dari Rakyat merdeka Online dan pada tahun 2019 dirinya mendapatkan penghargaan Anugerah Pers 2019 Jawa Tengah Pemerintahan, khususnya Diseminasi dan Implementasi Gerakan Revolusi Mental (Biografi Puan Maharani, n.d.)

BAB III

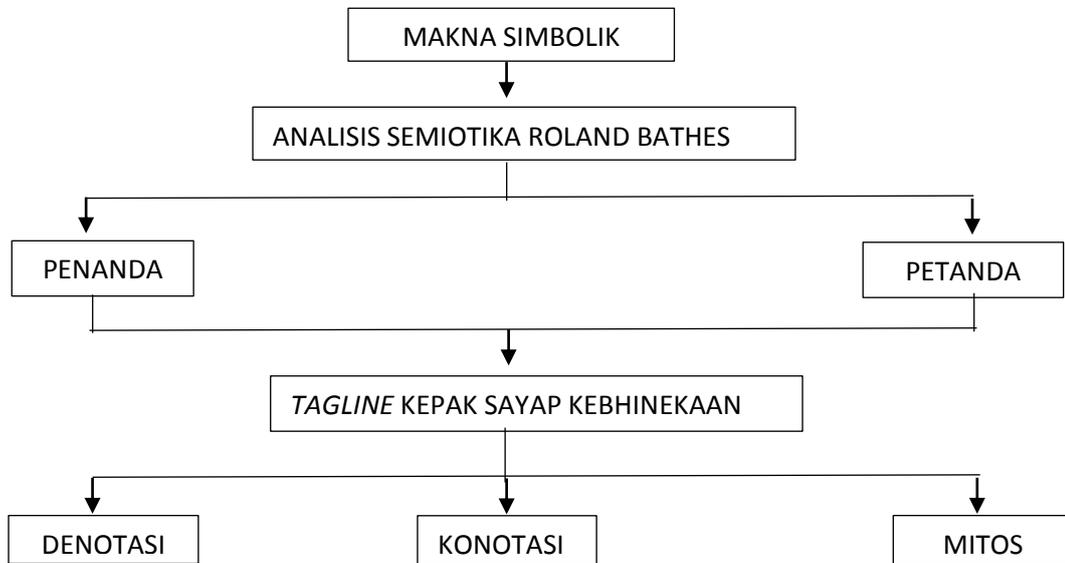
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Sebuah penelitian harus memiliki proses pendekatan. Dalam hal ini penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Borgan dan Taylor, metode kualitatif adalah suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa bahasa tulisan atau lisan orang dan perilaku yang diamati (Kusuma & Iis, 2017). Didalamnya ada membahas tentang semiotika. Semiotika adalah studi tentang tanda dan cara kerjanya, hubungannya dengan tanda lain, pengirimnya, dan hubungannya dengan penerimanya oleh orang yang menggunakannya. Menurut definisi ini, (Prasanti, 2018) mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang dipakai untuk meneliti dan mempelajari objek yang alamiah, dimana peneliti merupakan kunci atau sarana utamanya, teknik pengumpulan datanya dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif menekankan pada makna daripada generalisasi.

3.2 Kerangka Konsep

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti, 2022

3.3 Definisi Konsep

3.3.1 Makna Simbolik

Makna merupakan esensi dari sebuah obyek. Dalam penelitian ini, makna diarahkan kepada maksud dari kalimat “kepak sayap kebhinekaan” pada reklame milik Puan Maharani. Sedangkan simbolik adalah perlambangan, menjadi lambang, mengenai lambang seperti lukisan-lukisan dan sebagainya (Anwar, 2001). Simbol juga dipahami sebagai objek, peristiwa, bunyi ujaran, atau bentuk tertulis yang bermakna manusia. Maka dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa makna simbolik adalah maksud atau arti dari sesuatu lambang yang mana nantinya dapat dipahami oleh seseorang.

3.3.2 Analisis Semiotika Roland Barthes

Dalam kajian semiotika, ada tiga konsep untuk memahami makna sebuah gambar yakni denotasi, konotasi dan mitos. Denotasi mewakili akal sehat atau apa

yang diyakini orang, makna yang teramati dari suatu tanda atau tataran pertama yang maknanya masih tertutup, tataran denotasi membuahkan makna yang eksplisit, langsung dan tidak ambigu. Suatu foto tentang situasi jalan mendenotasikan jalan tersebut, kata “jalan” mendenotasikan sebuah jalan di perkotaan yang sebaris dengan gedung-gedung. Menurut Fiske, konotasi adalah istilah yang dipakai Barthes untuk menggambarkan salah satu dari tiga kerja tanda di tahap kedua signifikasi tanda. Konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda berjumpa dengan perasaan atau emosi pengguna dan nilai-nilai dalam budaya tersebut. Ini terjadi ketika makna bergeser ke dalam pemikiran subjektif atau setidaknya intersubjektif, yaitu ketika interpretasi sama-sama mempengaruhi interpretasi objek atau tanda itu sendiri (Lubis, 2017).

3.3.3 Penanda

Penanda sering dikatakan dengan sebutan *signifier*, bunyi yang muncul dari sebuah kata-kata yang diucapkan adalah penanda dan penanda terdiri dari citra bunyi (sejenis kata atau citra representasi) (Lubis, 2017).

3.3.4 Petanda

Petanda yang biasa dikenal dengan *signified*, adalah konsep yang muncul dari bunyi yang ada di penanda. Penanda merupakan sebuah gambaran mental atau konsep asal citra bunyi (Lubis, 2017).

3.3.5 Mitos

Mitos merupakan cerita yang digunakan budaya tertentu untuk menjelaskan suatu realitas alam. Barthes mengatakan bahwa mitos bekerja dengan cara menaturalisasikan cerita (Harnia, 2021).

3.3.6 *Tagline* Kepak Sayap Kebhinekaan

a) Kelompok Huruf

Huruf yang dipakai dalam percetakan atau komunikasi visual sangat banyak jenisnya. Jenis huruf yang dipakai secara umum di Indonesia sama halnya yang dipakai di Eropa. Para *type designer* berusaha menyediakan berbagai jenis dan wajah huruf agar dapat dipakai untuk kebutuhan sesuai dengan fungsi dan estetikanya. Beberapa wajah huruf yang memberi kesan gerak, ringan, kuat, lembut, dan sebagainya memang disengaja oleh si pencipta guna mengejar tersampainya informasi yang disampaikan lewat desain (Pujiyanto, 2013).

b) Ukuran Huruf

Ukuran huruf dalam penampilannya ditentukan pemilihan ukuran, baik ke arah samping maupun ke arah tinggi, sangat berhubungan dengan ukuran ruang. Huruf mempunyai ukuran (*point/ punt*) dari 8, 10, 11, 12, 14, 18, dan sebagainya (Pujiyanto, 2013).

c) Penataan Huruf

Penyusunan huruf merupakan proses bagaimana menyusun huruf memanjang ke samping sesuai yang dikehendaki pada bidang yang telah ditentukan (Pujiyanto, 2013).

3.3.7 Denotasi dan Konotasi

Denotasi dianggap sebagai sistem signifikasi tahapan pertama (sistem primer), dimana pemaknaannya secara umum diterima dalam konvensi dasar suatu masyarakat. Kemudian, konotasi digunakan sebagai sistem signifikasi tahapan kedua (sistem sekunder), yang mana konotasi dapat diartikan sebagai pemaknaan tertentu (makna tambahan) yang didapat dari sistem primer. Konotasi memberikan makna baru yang diberikan oleh masyarakat sebagai pengguna tanda yang dapat di latarbelakangi oleh budaya, ideologi, sosial, dan berdasarkan konvensi yang ada pada masyarakat. Konotasi digunakan untuk memaknai tanda guna menjelaskan realitas sosial budaya, yang mampu menjadi label sosial yang sudah matang di tengah-tengah masyarakat (Suhandra, 2019).

Denotasi ialah makna yang sifatnya langsung, sedangkan konotasi menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang isinya mengandung makna tersirat(tidak langsung). Dalam istilah yang digunakan Barthes, konotasi digunakan untuk memaparkan salah satu dari tiga cara tanda dalam tatanan pertanda kedua. Konotasi menjelaskan interaksi yang terjadi secara langsung tatkala tanda berjumpa dengan perasaan atau emosi dan nilai-nilai kulturalnya. Ini terjadi ketika maknanya subjektif dan setidaknya intersubjektif, dimana ini akan terjadi penafsiran yang di pengaruhi sama banyak oleh penafsir dan tanda. Menurut Barthes faktor penting dalam konotasi ialah penanda dalam tatanan konotasi. Dalam pengertian luas denotasi biasanya dipahami sebagai makna yang “sebenarnya” kadang pula ada yang dirancu dengan suatu acuan atau referensi. Inilah titik perbedaan Saussure dan Barthes, meskipun Barthes tetap

mempergunakan istilah *signifier* (nama benda), *signified* (wujud benda) yang digagas oleh Saussure (Rokhyanto, 2019).

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi adalah proses yang membedakan, mengenali dan pemahaman. Kategorisasi menunjukkan pesan tersirat dari pendefinisian sesuatu sebagai kategorisasi tertentu yang menunjukkan hubungan antara subjek dan objek penelitian. Kategorisasi menunjukkan bagaimana mengukur variabel penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisis dari variabel tersebut. Adapun kategorisasi dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

Uraian Teori	Indikator
<i>Tagline</i> Kepak Sayap Kebhinekaan	Semiotika Roland Barthes (Denotasi, Konotasi, Mitos, Petanda dan Penanda)

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan langkah observasi, kepustakaan dan dokumentasi. Menurut Arikunto observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan studi yang cermat dan, serta pencatatan yang sistematis. Lebih lanjut, Kartono mengatakan observasi adalah studi kasus yang disengaja dan sistematis terhadap fenomena sosial dan gejala psikologis melalui pengamatan dan pencatatan (Moleong, 2013).

Kepustakaan adalah sumber-sumber bacaan pilihan atau dengan judul penelitian guna memperkuat argumentasi pendukung terhadap ide-ide yang diinginkan dalam penelitian. Tujuan penelitian kepustakaan ini adalah untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan berbagai bahan yang berada di perpustakaan, seperti buku, majalah, manuskrip, tokoh sejarah dan lain-lain. Sedangkan dokumentasi, merupakan teknik pengambilan data melalui berbagai dokumen, pedoman, peraturan, dan undang-undang yang mendukung penelitian (Hardiyanto & Sahbana, 2019).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis semiotika, yang mana dalam teknik ini menggunakan teori yang di pegang oleh Roland Barthes.

3.7 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Januari sampai Maret 2022

3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Puan Maharani merupakan seorang wanita kelahiran September 1973 yang mana beliau adalah anak perempuan dari Megawati Soekarno Putri yang merupakan mantan presiden kelima Indonesia. Puan Maharani merupakan seorang politikus Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan yang kini beliau dipercaya sebagai Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia pada periode 2019–2024.

Pada tahun 2021, Puan Maharani mengeluarkan banyak baliho dengan berbagai *tagline* diantaranya ada Kepak Sayap Kebhinekaan, Jaga Iman Jaga

Imun, Jaga Nyala Kebhinekaan, dan lain sebagainya. Dalam billboard atau baliho Kepak Sayap Kebhinekaan ini didukung oleh wana-warna menarik yang memiliki makna baik, diantaranya adalah merah, putih, kuning dan orange. Dalam kata-kata disetiap kalimat *tagline* terdapat makna-makna yang dimilikinya, dan dalam tulisan ini peneliti akan menggambarkannya dalam bentuk semiotika milik Roland Barthes.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pembahasan

4.1.1 Makna Denotasi, Konotasi dalam Unsur *Tagline* Semiotika Roland Barthes

1. Makna Denotasi:

Makna denotasi adalah makna mekanisme reproduksi dalam film terhadap objek yang dituju kamera atau singkatnya denotasi memaknai apa yang di foto (Lubis, 2017).

2. Makna Konotasi:

Konotasi adalah menggambarkan interaksi yang terjadi secara langsung ketika tanda bertemu dengan perasaan maupun emosi dari penggunaannya dan nilai-nilai budayanya. Konotasi bekerja dalam suatu tingkatan yang subjektif sehingga kehadirannya sering kali tidak disadari (Septiana, 2019).

Gambar 4.1. Reklame “Kepak Sayap Kebhinekaan”



Sumber: Tribun Medan/Indra Gunawan

Baliho ataupun reklame milik Puan Maharani ini memiliki beberapa kriteria desain visual yang dapat di lihat dan dijabarkan, namun dalam penelitian ini peneliti membatasi hanya sekedar pembahasan pada bagian *tagline*-nya saja. Dalam penjelasan ini peneliti mencoba mengurai dari makna di *tagline* “Kepak Sayap Kebhinekaan” Puan Maharani sesuai dengan pengertian makna denotasi dan konotasi di atas:

A. Warna

Warna adalah suatu alat komunikasi yang efektif untuk mengungkapkan gagasan, ide ataupun pesan tanpa menggunakan tulisan atau bahasa.

Warna mempunyai beberapa fungsi (Kusnadi, 2018), antara lain:

1. Fungsi identitas. Warna memiliki fungsi mempermudah orang dalam mengenal identitas suatu kelompok masyarakat, organisasi atau negara seperti bendera, seragam, logo perusahaan dan lain sebagainya.
2. Fungsi isyarat atau alat komunikasi. Warna menandakan karakteristik dan/atau kondisi, seperti merah yang dapat menandakan kemarahan, atau bendera putih untuk "menyerah".
3. Fungsi psikologis. Dari sudut pandang psikologi, warna dikaitkan dengan kepribadian manusia. Orang yang berkarakter *extrovert* lebih senang dengan warna-warna yang panas dan cerah.
4. Fungsi alamiah. Warna adalah properti benda tertentu, dan merupakan bentuk penggambaran sifat obyek secara nyata.
5. Fungsi pembentuk keindahan. Dengan adanya warna memudahkan kita dalam melihat dan mengenali suatu benda, warna mempunyai fungsi ganda dimana

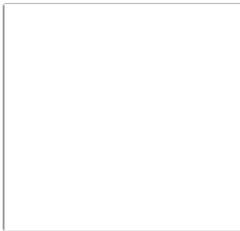
bukan hanya aspek keindahan saja, namun sebagai elemen yang membentuk perbedaan antara obyek satu dengan obyek lain.

Gambar 4.2. Tagline “Kepak Sayap Kebhinekaan”



Tabel 4.1 Semiotika Warna

Warna	Denotasi	Konotasi
Kuning (Warna Tulisan) 	Warna kuning dimaknai sebagai sebuah gambaran kehidupan, kehangatan, idealisme, energi dan sportif.	Warna kuning merupakan warna yang menggambarkan Puan Maharani yang mana dalam kehidupannya beliau merupakan sosok yang idealis dan berenergi dalam membangun kehidupan berbangsa dan bernegara.
Putih	Warna putih memaknai cahaya	Warna putih

(Warna Tulisan)	<p>dimana warna inipun dapat membuat warna-warna di sekitarnya terlihat menonjol. Warna putih menggambarkan kemurnian, kesegaran, kesucian, kebersihan, keefektifan dan kebenaran.</p>	<p>menggambarkan ketulusan Puan Maharani dalam memberikan semangat dukungan yang tulus kepada seluruh masyarakat Indonesia</p>
		
Merah (Warna Background)	<p>Merah dimaknai dengan kehangatan, energi, semangat, cinta, keberanian dan bahaya</p>	<p>Warna partai yang menjadi <i>platfoam</i> yang mendukung Puan Maharani</p>
		
Hitam (Warna Background)	<p>Kematian, keanggunan, kesedihan, kecanggihan, misteri dan semangat.</p>	<p>Warna seekor banteng yang merupakan suatu lambang dari partai yang menjadi identitas Puan Maharani</p>
		

Tabel 4.2 Petanda Dan Penanda Warna

WARNA	PENANDA	PETANDA
Kuning	Langit senja	Menunjukkan bahwa Puan nasionalis
Putih	Tulisan yang ada dalam nama Puan Maharani	Menunjukkan kesuciannya dan ketulusan hatinya
Merah	Warna partai yang menjadi pendukung Puan Maharani	Bentuk perlambangan akan keberani dalam mengambil resiko guna memperjuangkan kebenaran dan keadilan untuk masyarakat/rakyat.
Hitam	Banteng yang merupakan gambar logo suatu partai	Lambang partai yang merupakan identitas Puan Maharani. Yang mana sifat alami banteng ialah sangat wasapada dan mampu melewati rintangan dengan mudah ditengah kondisi hutan yang lebat.

Jika kita pahami berarti warna mempengaruhi maksud *tagline* secara jelas.

Warna menunjukkan bahwa Puan Maharani merupakan seorang yang idealis,

berani, semangat dan berdiri pada kebenaran. Dalam hal ini, Puan ditunjukkan sebagai seorang pribadi yang nasionalis dan memiliki ketulusan dalam menolong masyarakat Indonesia dan dirinya rela dalam mengambil resiko meski penuh dengan rasa waspada dalam melewati setiap rintangan yang ada.

B. Huruf

Ada dua jenis bentuk huruf dalam tipografi modern yaitu Serif dan San Serif. Jenis huruf Serif mempunyai garis yang tebal, tipis dan jelas yang biasanya digunakan dalam teks buku dan surat kabar. Sedangkan jenis huruf Sans Serif tidak terlalu jelas untuk tebal-tipis pada garisnya, meskipun ada hanya akan terlihat sedikit dalam perbedaannya. Jenis huruf ini biasanya digunakan dalam judul utama, sub judul, dan pada iklan. Pada ukuran huruf normal, jenis huruf Serif merupakan huruf yang paling umum digunakan dalam desain situs. Akan tetapi yang harus diperhatikan untuk pemakaian desain situs ialah pemilihan jenis huruf Serif yang kaitnya atau garisnya tidak terlalu tipis agar mudah dibaca (Monica, 2010).

Dalam *tagline* Kepak Sayap Kebhinekaan Puan Maharani tersebut, pemilihan huruf masuk dalam kategori Huruf Sans Serif karena tidak memiliki garis-garis kecil di setiap ujung hurufnya, dan huruf ini sering dimaknai memiliki karakteristik yang *streamline*, fungsional, modern dan kontemporer. Contoh jenis huruf ini adalah Arial, Franklin Gothic dan Century Cothic.

Tabel 4.3 Visual Huruf

Visual Huruf	Denotasi	Konotasi
	Huruf San Serif dengan nama <i>“Bebas Neue Pro Bold”</i>	Menegaskan makna persatuan di dalam perbedaan.
	Huruf San Serif dengan nama <i>“Panton Rust Black Base”</i>	Menunjukkan seorang diri Puan Maharani yang slalu mendukung dan kebersamai rakyat.

Tabel 4.4 Petanda Dan Penanda Huruf

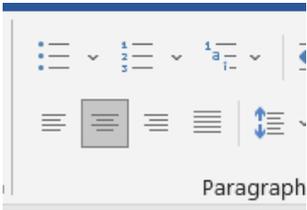
HURUF	PENANDA	PETANDA
Bebas Neue Pro Bold	Kepak sayap kebhinekaan di buat dalam huruf kapital	Seperti sifat kebhinekaan yang menegaskan persatuan ditengah hal-hal yang berbeda
Panton Rust Black Base	Puan Maharani	Menggambarkan bentuk jati diri Puan Maharani yang suka dalam kebersamai rakyat

Huruf yang digunakan dalam *tagline* memaknai bahwa masyarakat Indonesia harus terus bersama-sama ditengah banyaknya perbedaan. Suatu perbedaan bukanlah hal yang harus di perdebatkan, justru seharusnya kita sebagai masyarakat Indonesia haruslah bangga dengan banyak ragam perbedaan dan disini Puan Maharani bersama partai PDI-P mendukung rakyat dalam kebersamaan meski di lingkari oleh banyak perbedaan.

C. Tata Letak

Posisi penulisan *tagline* tersebut berada di tengah atau dalam bahasa Microsoft Word-nya adalah *center*. Selain itu,dalam peletakannya terdapat bayangan di belakang huruf yang mana jika penulis maknai hal tersebut berkaitan untuk mempertegas tulisan dan menjadikannya terlihat menonjol demi menarik perhatian pembaca.

Tabel 4.5 Semiotika Tata Letak

DENOTASI	KONOTASI
 <p>Posisi huruf berada pada sebelah kiri gambar dan menggunakan rata tengah</p>	<p>Mencuri perhatian dari pembaca guna mengharapkan tujuan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik</p>

Tabel 4.6 Petanda Dan Penanda Tata Letak

PENANDA	PETANDA
<i>Tagline</i> berada ditengah dan berbayang	Memberikan kesan fokus terhadap para pembaca dan menonjolkan kesan yang tegas

Tata letak huruf *tagline* yang berada ditengah menandakan bahwa adanya harapan pemilik *tagline* untuk para pembaca agar isi pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dan diterima dengan baik meskipun sebagian orang boleh jadi tidak memahami maksudnya.

D. Makna kata Kepak

Kata kepak sesuai dengan (Kata Kepak, n.d.) dapat di denotasi sebagai bentuk kerja yang diperoleh dari sebuah sayap atau bagian tubuh yang dimiliki seekor hewan. Namun jika kita pahami lebih dalam dan menghasilkan makna konotasi, kata kepak disini menjelaskan gerakan seirama sebuah bangsa yang mana bagian kanan dan kiri harus bergerak serempak demi memajukan negeri tercinta. Indonesia membutuhkan kebersamaan guna menjadi negara yang maju dan lebih baik lagi. Apabila masyarakat bergerak sendiri-sendiri maka tujuan dan haluannya akan berbeda yang justru nantinya dapat memecah belah persatuan dan idealisme negara.

Maka jika kita maknai, kepak merupakan kata harapan yang di tuliskan untuk masyarakat Indonesia bekerja sama dan saling tolong menolong berirama agar kesejahteraan dan kedaulatan negara dapat terealisasikan dengan sebaik-baiknya. Ketika kita mengepakkan sayap, tidaklah mungkin hanya satu atau sebelah sayap saja yang bergerak, disinilah kepak di wujudkan kedalam bentuk kerjasama.

PENANDA	PETANDA
Gerakan bagian sayap burung garuda	Menunjukkan dirinya siap untuk maju di calonkan sebagai calon presiden

Tabel 4.7 Petanda Dan Penanda Kata Kepak

Kepak sendiri memiliki arti yang menandakan bahwa seorang Puan Maharani siap untuk maju menjadi calon presiden di periode selanjutnya. Dimana dirinya juga siap dalam menggerakkan masyarakat dalam bergerak bersama, memiliki satu tujuan bersama guna membangun Indonesia yang lebih baik lagi di kedepannya.

E. Makna kata Sayap

Makna kata kepak (Kata Sayap, n.d.) dapat di denotasikan ialah bagian tubuh seekor hewan. Sayap tidaklah putus kaitannya dengan kata kepak, karena sayap dan kepak merupakan satu kesatuan yang kuat. Namun makna konotasi dari sayap disini adalah masyarakat. Jika kepak di konotasikan sebagai kerjasama, maka sayap adalah masyarakatnya yang mana harus melakukan bentuk dari kata kerja “kepak”. Masyarakat harus mampu dan mau untuk bergerak seirama satu sama lain tanpa memandang siapa dirinya dan orang lain, karena sayap seekor burung garuda berada hanya pada satu tubuh burung saja. Harapan besar pun tercipta untuk kesadaran masyarakat.

Tabel 4.8 Petanda Dan Penanda Kata Sayap

PENANDA	PETANDA
Bagian tubuh burung garuda	Menunjukkan kemandirian bahwa Puan Maharni mampu berdiri sendiri

Sayap juga merupakan bagian dari filosofi lambang negara, yaitu bagian tubuh seekor burung garuda. Kata sayap memiliki kaitan erat dengan kepak, namun disini menunjukkan bahwa Puan Maharani dapat berdiri secara mandiri, dalam artian bukan hidup sendiri namun dirinya mampu membuktikan pada dunia bahwa ia sosok yang mampu berjuang sendiri dengan pembuktian seperti prestasi-prestasi yang ia miliki.

F. Makna kata Kebhinekaan

Kebhinekaan berasal dari kata Bhineka yang menurut KBBI (Kata Kebhinekaan, n.d.) adalah beragam yang mana kebhinekaan adalah keberagaman yang dapat di denotasikan sebagai bentuk persatuan, meski Indonesia memiliki banyak perberbedaan namun tetaplah satu. Hal tersebut jika kita maknai secara konotasi menandakan bahwa sebuah perbedaan bukanlah suatu penghambat bagi masyarakat Indonesia. Karena hadir dan berdirinya bangsa Indonesia di anugerahi atas dasar banyaknya perbedaan suku, budaya, ras dan agama. Kebudayaan yang menghargai adanya perbedaaan yang kuat bergerak bersama khususnya bidang adat istiadat dari beragam macam suku dan keyakinan dari masing-masing kepercayaan sangatlah berpengaruh dalam mempererat ikatan batin terhadap sesama warga Negara Indonesia. Sikap menghargai inilah yang harus tetap terus

di pertahankan, dipelihara, dijaga dan dikembangkan mulai dari saat ini dan sampai seterusnya.

Tabel 4.9 Petanda Dan Penanda Kata Kebhinekaan

PENANDA	PETANDA
Persatuan	Mampu merangkul setiap lapisan atau elemen masyarakat

Partai yang di bentuk dengan banyak keraguan dari masyarakat ini nyatanya mampu menjadi partai yang merangkul berbagai elemen masyarakat. Menjadikan ideologi negara sebagai landasannya dan mencintai banyak perbedaan di tengah-tengah masyarakatnya.

4.1.2 Pemaknaan Mitos dari Unsur *Tagline* “Kepak Sayap Kebhinekaan”

A. Mitos Warna

Warna kuning merupakan sebuah warna yang menunjukkan semangat idealisme dan sportif. Warna kuning menimbulkan sifat positif yaitu kebijaksanaan, optimisme, kegembiraan, intelek dan idealisme. Sementara kuning juga dapat menimbulkan sifat negative yaitu pengecut, kecemburuan, ketidakjujuran, dan waspada. Efek dari warna kuning dalam tampilan juga menjadi warna yang menarik perhatian, cerah dan mencolok. Warna kuning juga dipercaya memiliki hubungan dalam kebudayaan dimana warna kuning digunakan sebagai simbol kemakmuran di India, digunakan dalam perayaan musim semi dalam agama Hindu, simbol keberanian di negara Jepang dan lambang kesedihan atau dukacita dalam bangsa Mesir dan Burma (Monica & Christina Luzar, 2011).

Warna Putih biasanya melambangkan kesucian dan kebersihan. Warna putih menimbulkan sifat positif yang berarti sempurna, bersih, kebijakan, kelembutan, kejujuran dan sederhana. Warna putih juga menimbulkan sifat negative yang berarti rapuh. Efek dari warna putih pada tampilan adalah warna yang netral. Sementara itu warna putih dalam hubungan kebudayaan diyakini sebagai simbol keberuntungan dalam sebuah pernikahan, jubah pemakaman (kain kafan) bagi khususnya umat muslim, simbol menyerah yang di gunakan di seluruh dunia (Monica & Christina Luzar, 2011).

Warna merah dipercayai sebagai warna keberuntungan bagi banyak orang China di dunia ini. Merah di gunakan sebagai petunjuk tanda bahaya dan dalam rambu lalu lintas, merah dimaknai sebagai arti berhenti. warna ini paling menonjol dibandingkan dengan warna yang lainnya karena sifatnya yang dipercayai menunjukkan keberanian dan ketegasan di tengah-tengah hati masyarakat (Suhandra, 2019). Sedangkan warna hitam memberikan efek kepercayaan diri terhadap seseorang, warna ini juga menggambarkan suatu rahasia, memberikan tanda tanya kepada banyak orang. Dalam budaya China, hitam ditunjukkan untuk anak laki-laki dan bagi kaum muda di Amerika, Jepang dan Eropa sebagai bentuk pemberontakan (Monica & Christina Luzar, 2011).

B. Mitos Huruf

Huruf san serif digunakan dalam tipografi guna untuk memperindah tulisan yang berada pada suatu desain visual. Huruf ini sering digunakan oleh merek-merek yang mana di percaya dapat menunjukkan sifat mereka yang

sederhana, jujur dan tanpa basa-basi. Huruf ini juga di yakini mampu dalam mewakili suatu perasaan kepekaan akan suatu hal karena sifatnya pula yang menarik, bersih dan modern.

C. Mitos Tata Letak

Tata letak dalam penulisan *tagline* “Kepak Sayap Kebhinekaan” menggunakan *center line* atau biasa disebut dengan rata tengah. Penggunaan tata letak ini bertujuan untuk menarik perhatian dari *tagline* tersebut dimana sudut pandang pembaca *tagline* ini langsung berfokus pada isi dari inti *taglinenya*. *center line* juga dapat mengartikan sebuah tulisan dengan fokus pada kalimat yang ada dalam inti *tagline*. *Center* yang berarti di tengah atau yang diyakini sebagai sebuah sumbu yang mana biasa menjadi acuan dalam segala hal. Pemakaian *center line* di sini bermaksud menghimbau makna dari isi *tagline* tersebut dapat menjadi acuan ataupun pedoman bagi seluruh targetan di buatnya *tagline* yaitu masyarakat Indonesia.

D. Mitos kata Kepak

Kata kepak dapat dimaknai dengan terbang (Kata Kepak, n.d.). Dimana kepak berarti menerbangkan bagian tubuh secara sengaja untuk dapat terbang mengudara. Namun kepak dalam *tagline* ini menunjukkan gerakan seirama yang mampu membuat orang-orang bergerak lebih tinggi lagi, lebih jauh dan lebih baik dari sebelumnya. Manusia merupakan makhluk sosial, kita bukan siapa-siapa dan bukan menjadi sesuatu yang hebat apabila bergerak sendiri tanpa bantuan orang lain, maka kata kepak memiliki maksud mengajak

bergerak bersama dengan bekerja sama untuk saling tolong menolong satu sama lain.

E. Mitos kata Sayap

Sayap merupakan bagian tubuh hewan yang memberikan kemampuan mereka untuk terbang, tapi tak semua hewan yang memiliki sayap mampu dipergunakan untuk terbang, namun selalu ada kegunaan istimewa sayap bagi setiap hewan yang memilikinya, dimana mampu untuk menjadi keseimbangan saat bergerak, pendorong kemampuan bergerak, penambah daya jelajah dan menjadi pelindung diri. Sayap selalu memiliki keistimewahan sendiri karena dengan memiliki sayap kemampuan untuk bisa menjelajah lebih cepat melampaui batasan yang ada dan terus terbang tinggi, dimana semua hal tersebut belum mampu dilakukan oleh makhluk lain yang tidak memilikinya. Sayap dipercaya sebagai lambang dinamika dan semangat guna menjunjung tinggi nama baik suatu bangsa dan negara.

F. Mitos kata Kebhinekaan

Kebhinekaan berdasarkan KBBI menjelaskan keberagaman (*Kata Kebhinekaan*, n.d.) yang mana berarti memaknai perbedaan, dan perbedaan ini dapat berbentuk budaya, suku, agama, ras, warna kulit, bahasa dan lain sebagainya. Kebhinekaan di percayai sebagai warisan dari para leluhur bangsa, yang mana di yakini bahwa kebhinekaan merupakan ketetapan alam yang menjadi kehendak Tuhan YME.

4.2 Pembahasan

Tagline umumnya memiliki makna yang sama dengan slogan dimana tujuan keduanya adalah untuk membangun kesadaran masyarakat akan suatu hal, mempengaruhi dan atau mengajak orang lain, dan menyampaikan informasi tertentu. Jika kita perhatikan dari pernyataan Ketua Dewan Pimpinan Pusat Partai PDI-P, Bidang Pemenangan Pemilu Bambang Wuryanto bahwa menurut beliau makna *tagline* itu diasosiasikan sebagai burung yang memiliki kerja sama di sayap kanan dan kirinya. Dari hasil wawancara yang dilakukan beliau beranggapan bahwa burung yang terbang tinggi pasti memiliki suatu kerja sama di antara sayap kiri dan sayap kanannya, kepakannya juga berirama. Jika kita membayangkan seekor burung garuda, maka disana ada Bhinneka Tunggal Ika karena burung garuda merupakan lambang dari dasar negara Indonesia. Kebhinekaan itu memiliki persatuan, dan kita (seluruh masyarakat Indonesia) memiliki berbagai suku bangsa, dimana kebhinekaan bisa hidup dengan kerjasama (Purbaya, 2021).

Sesuai dengan teori yang semiotika Roland Barthes dalam (Suhandra, 2019) yaitu menjelaskan membahas “Studi Komparatif Makna Konotasi Warna dalam Budaya Masyarakat Barat dan Masyarakat Suku Sasak Lombok Indonesia” bahwa denotasi merupakan sistem signifikasi tahapan pertama yang dimana pemaknaannya secara umum diterima dalam konvensi dasar suatu masyarakat. Dan kemudian konotasi digunakan sebagai sistem signifikasi tahap kedua yang digunakan untuk memaknai tanda guna menjelaskan realitas sosial budaya, yang mampu menjadi label sosial yang sudah matang di tengah-tengah masyarakat.

Kepak sayap kebhinekaan yang merupakan sebuah *tagline* yang dicetuskan oleh Puan Maharani merupakan kata-kata yang membentuk kalimat sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia, memiliki makna denotasi dan konotasi yang mengajak masyarakat bersama-sama membangun Indonesia yang lebih baik, mengudara, terkenal dan menjadi negara terbaik di kancah dunia tanpa memperdulikan banyaknya perbedaan yang bertebaran disekitar. Adapun *tagline* ini merupakan bentuk tanda yang menunjukkan jati diri seorang Puan Maharani yang siap maju menjadi calon presiden di periode selanjutnya dengan penuh waspada dan semangat keyakinan serta mampu menjadi pribadi yang mandiri. Berbeda dengan denotasi, konotasi dan petanda, *tagline* ini justru memiliki sudut pandang mitos yang mana gerakan yang seirama atau serempak mampu menjadikan negara ini menjadi sebuah negara yang mampu menjelajah dunia di berbagai bidang, terlebih jika terus mewariskan segala bentuk warisan yang diberikan oleh para leluhur bangsa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dunia politik pasti erat kaitannya dengan komunikasi, isi dalam komunikasi pasti terjadi pelemparan pesan dari komunikan kepada komunikator dimana hal tersebut akan menimbulkan efek yang didapatkan melalui media. Pada tahun 2021 Puan Maharani yang sedang menjabat sebagai Ketua DPR RI mengeluarkan beberapa kalimat dalam bentuk *tagline* di suatu iklan politik miliknya. *Tagline* adalah kalimat pendek yang mudah diingat yang biasanya posisinya ditempatkan di akhir iklan untuk melengkapi penjelasan ide kreatif yang mana *tagline* dapat dikaji melalui teori semiotika milik Roland Barthes.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijabarkan, berikut penyajian kesimpulan dari masing-masing elemennya:

1. Makna Denotasi dan Konotasi *Tagline*.

Kepak sayap kebhinekaan yang merupakan sebuah *tagline* yang dicetuskan oleh Puan Maharani memiliki makna yang mengajak masyarakat bersama-sama dalam membangun Indonesia yang lebih baik, mengudara, terkenal dan menjadi negara terbaik di kancah dunia tanpa memperdulikan banyaknya perbedaan yang bertebaran disekitar.

2. Petanda dan Penanda

Dalam elemen ini menunjukkan jati diri seorang Puan Maharani yang siap maju menjadi calon presiden di periode selanjutnya dengan penuh waspada dan semangat keyakinan serta mampu menjadi pribadi yang mandiri.

3. Mitos

Dari segi mitos, *tagline* ini menunjukkan makna mitos berupa gerakan yang seirama atau serempak mampu menjadikan negara ini menjadi sebuah negara yang mampu menjelajah dunia di berbagai bidang, terlebih jika terus mewariskan segala bentuk warisan yang diberikan oleh para leluhur bangsa.

5.2 Saran

Dalam hal ini peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi banyak orang yang membaca penelitian ini, diantaranya:

1. Pihak partai terkhusus yang bergerak pada pembuatan *tagline* iklan harus lebih bisa kreatif dan berinovasi lagi dalam mengiklankan sesuatu baik di media cetak maupun media online agar dapat dipahami dan dapat dicerna oleh seluruh lapisan masyarakat agar mampu menunjukkan identitas perusahaan dan jelas dalam pemaknaan tujuan dan maksud dari *tagline* perusahaan tersebut.
2. Untuk menunjukkan sikap “kebersamaan” yang tercetus dalam Bhineka Tunggal Ika, maka harus di lakukan langkah-langkah yang nyata yang dapat ditunjukkan kepada masyarakat banyak seperti contohnya mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan persatuan, seperti seminar nasional kebangsaan yang dilakukan oleh masyarakat luas dan remaja-remaja sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, A. (2017). Media Luar Ruang, Budaya Lokal dan Perilaku Politik. *Komunikasi Berkemajuan*, 194.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=R9cJPWYAAAAJ&alert_preview_top_rm=2&citation_for_view=R9cJPWYAAAAJ:YsMSGLbcyi4C
- Anshori, A. (2018). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018. *Jurnal Interaksi*, Vol 2 No.
http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/2091/pdf_25
- Anwar, D. (2001). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Karya Abditama.
- Biografi Megawati*. (2006). Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
https://kepuustakaan-presiden.perpusnas.go.id/biography/?box=detail&presiden_id=5&presiden=megawati
- Biografi Puan Maharani*. (n.d.). DPR RI. <https://www.dpr.go.id/blog/profil/id/287>
- Budiardjo, M. (2015). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Djawad, A. A. (2016). Pesan, Tanda, dan Makna dalam Studi Komunikasi. *Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 1 No.1, 99.
<https://jurnal.stkipbjm.ac.id/index.php/STI/article/view/344>
- Hardiyanto, S., & Sahbana, A. (2019). Studi Deskriptif Mengenai Opini Mahasiswa Terhadap Fenomena Aplikasi Whatsapp Di Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, Vol.3 No.2. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah/article/view/837/pdf>
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). Makna dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial. *Risalah*, Vol. 29. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/view/5777/3372>
- Harnia, N. T. (2021). Analisis Semiotika Makna Cinta Pada Lirik Lagu “Tak Sekedar Cinta” Karya Dnanda. *Jurnal Metamorfosa*, Volume 9,.
- Kata Kebhinekaan*. (n.d.). <https://kbbi.web.id/Bhineka>
- Kata Kepak*. (n.d.). <https://kbbi.web.id/kepak>
- Kata Sayap*. (n.d.). <https://kbbi.web.id/sayap>
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2 No.1.
- Kusnadi. (2018). *Dasar Desain Grafis Kurikulum 2013 Revisi* (Cetakan Pe). Edu Publisher.
https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_DESAIN_GRAFIS/12RnD

wAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=desain+grafis&printsec=frontcover

- Kusuma, P. K. N., & Iis, K. N. (2017). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Ritual Otonan Di Bali. *Manajemen Komunikasi, 1 No.2*.
<http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/10519>
- Lubis, F. H. (2017). Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1*.
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=Wzu2N4sAAAAJ&citation_for_view=Wzu2N4sAAAAJ:u5HHmVD_uO8C
- Maisyarah, & Widodo, D. (2021). *Dasar Media Komunikasi Informasi Edukasi (KIE) Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Media_Komunikasi_Informasi_Edukasi/-IdOEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=media+luar+ruangan&pg=PA86&printsec=frontcover
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Monica. (2010). Pengaruh Warna, Tipografi, dan Layout pada Desain Situs. *Humaniora, Vol.1 No.2*. <https://media.neliti.com/media/publications/167092-ID-pengaruh-warna-tipografi-dan-layout-pada.pdf>
- Monica, & Christina Luzar, L. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora, Vol.2 No.2*.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *Jurnal Lontar, Vol.6 No.1*. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/645>
- Profil Puan Maharani*. (n.d.). MediaWiki.
[https://id.wikipedia.org/wiki/Puan_Maharani#:~:text=Dr.\(HC.\),RI%20periode%202019-2024](https://id.wikipedia.org/wiki/Puan_Maharani#:~:text=Dr.(HC.),RI%20periode%202019-2024).
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. Andi Offset.
- Purbaya, A. A. (2021). PDIP Jelaskan Arti “Kepak Sayap Kebhinekaan” di Baliho Puan. DetikNews. <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5673022/pdip-jelaskan-arti-kepak-sayap-kebhinnekaan-di-baliho-puan>
- Rokhyanto. (2019). Makna Kode Semik dan Simbolik (Semiotika roland Barthes) Dalam Novel Aroma Karsa Karya Dee Lestari. *Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pembelajarannya, Vol. 2 No.*
<http://ejournal.budiutomomalang.ac.id/index.php/alfabeta/article/view/588/419>
- Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, A. (2020). Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness (Studi Pada Produk Motor Yamaha

- Di Pt. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 2*.
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/4056>
- Septiana, R. (2019). *Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos dalam Film Who Am I Kein System Ist Sicher (Suatu Analisis Semiotik)*.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi* (cetakan ke). PT Remaja Rosdakarya.
- Subiakto, H., & Rachmah, I. (2014). *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi* (Edisi Kedu). Prenamedia Group.
https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Politik_Media_dan_Demokrasi/ou20DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Komunikasi+Politik,+Media,+dan+Demokrasi%3B+Edisi+Kedua&printsec=frontcover
- Suhandra, I. R. (2019). Studi Komparatif Makna Konotasi Warna dalam Budaya Masyarakat Barat dan Masyarakat Suku Sasak Lombok Indonesia. *Kajian Bahasa Dan Budaya, Vol.9 No.1*.
<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/cordova/article/view/1774>
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media.
- Widyastuti, D. A. (2018). Efektivitas Tagline #DijaminOri Terhadap Brand Awareness E-Commerce JD.ID. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI), 1 No.4*.

LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup

Data Pribadi:

Nama : Dhea Andira
Tempat, Tanggal Lahir : Tanjung Morawa, 10 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : SMA Negeri 2 Medan
Alamat : Jl. Sultan Serdang Dusun VIII, Desa Buntu Bedimbar, Tanjung Morawa
Email : dheaandiraa@gmail.com

Latar Belakang:

2006-2012 : SD Negeri 105855 PTP II Tanjung Morawa
2012-1025 : SMP Negeri 2 Medan
2015-2018 : SMA Negeri 2 Medan

Gambar Baliho/ Papan Reklame Kepak Sayap Kebhinekaan Puan Maharani.



Gambar ini diperoleh dari Tribun Medan yang di ambil langsung oleh Indra Gunawan. Lokasi pengambilan gambar berada pada Lubuk Pakam, Deli Serdang.



Gambar ini diperoleh dari website kenali.co.id di internet guna memperlihatkan secara jelas bentuk visual dari tagline Kepak Sayap Kebhinekaan.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menulis surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Tel. (061) 6622400 - 66224587 Fax. (0610) 6625474 - 6631003

https://fisip.umsu.ac.id | fisip@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

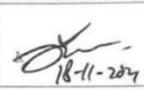
Medan, 18 November 2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Dhea Andira
N P M : 1803110179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3,73

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis makna simbolik tagline "Kepak sayap kebhinekaan" Puan Maharani tahun 2021	 18-11-2021
2	Personal branding hotel Niagara Parapat dalam mempertahankan kualitas.	
3	Strategi komunikasi pemasaran UMKM produk susu kambing pada masa pandemi covid-19.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

001.18-311

Rekomendasi Ketua Program Studi :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 18 - Nov 2021

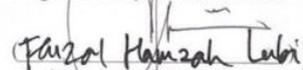
Ketua,


(Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom)
NIDN: 0127048401

Pemohon


(Dhea Andira)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi


(Fauzal Hamzah Lubis)
01210058202



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
 DAN PEMBIMBING**
Nomor : 1407/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **18 November 2021**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **DHEA ANDIRA**
 N P M : 1803110179
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2021/2022
 Judul Skripsi : **ANALISIS MAKNA SIMBOLIK TAGLINE "KEPAK SAYAP
 KEBHINEKAAN" PUAN MAHARANI TAHUN 2021**
 Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 001.18.0311 tahun 2021.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 18 November 2022.

Ditetapkan di Medan,
 Pada Tanggal, 15 Rabiul Akhir 1443 H
 20 November 2021 M

Dekan,

Dr. Arifin Saleh., S.Sos., MSP.
 NIDN. 0030017402



Tembusan:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan,
2. Pembimbing ybs di Medan,
3. Peringgal



Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 21 Januari 2021

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Dhea Andira
 N P M : 1803110179
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 1231.../SK/IL.3/UMSU-03/F/2021.. tanggal 19. Rabul Awal... 1441.. 26. Oktober. 2021.. dengan judul sebagai berikut :

Analisis Makna Simbolik Tagline "Kepak Sayap Kebhinnekaan"
 Puan Maharani tahun 2021.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui:

Pembimbing

(Faizal Hamzah Lubis, M. I. Kom.)

Pemohon,

(Dhea Andira)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 127/JUND/13-AU/UMSU-09/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 28 Januari 2022
Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
Tempat : Online/Daring
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
36	NATASYA SABILA BR BERUTU	1803110147	LUTHI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA MASYARAKAT ACEH SINGKIL TERHADAP MASYARAKAT PENDATANG
37	ELVIRA RAHMADANI HARAHAP	1803110181	Dr. IRWAN SYARI T.JG, S.Sos., M.A.P.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	KOMUNIKASI PARWISATA PEGAWAI DINAS PARWISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENJUNJUNG WISATAWAN DI CANDI BAHAL KABUPATEN PADANG LAMPAU UTARA
38	ADILLA FADIA HAYA	1803110051	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	FADHIL PAHLEVI HIDAYATI, S.I.Kom., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI KETUA KELOMPOK TANI DALAM MENINGKATKAN BIBIT UNGGUL BERSUBSIDI DI DESA KURAU KECAMATAN HAMPARAN PERAK
39	DHEA ANDIRA	1803110179	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS MAKNA SIMBOLIK TAGLINE "KEPAK SANYAP KEBHINEKaan" PUAN MAHRANI RAHUN 2021
40	SINDI DWI ALYANNA PUTRI	1803110251	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR KOS DI MEDAN SELAYANG

Medan, 23 Jumadi Akhir, 1443 H

26 Januari 2022 M


 Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.



Bila menjelek surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : DHEA ANDIRA
 N P M : 1803110179
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
 Judul Skripsi : ANALISIS MAKNA SIMBOLIK TAGLINE "KEPAK SAKAP KEBHIN EISAAN"
 PUAN MATAHARI TAHUN 2021.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	20/12/2022	Bimbingan proposal skripsi	
2.	13/1/2022	Bimbingan proposal skripsi	
3.	21/1/2022	Acc seminar proposal	
4.	26/1/2022	Revisi proposal skripsi	
5.	10/2/2022	Bimbingan hasil dan pembahasan	
6.	15/2/2022	Revisi hasil	
7.	22/2/2022	Revisi pembahasan	
8.	16/3/2022	Perbaikan dan pelengkapan bab 1 sampai bab 4	
9.	22/3/2022	Bimbingan simpulan dan saran	
10.	24/3/2022	Persetujuan sidang ACC skripsi Skripsi	

Medan, 25 Maret 2022

Dekan,

 Dr. Arifin Akh, S.Sos, M.Pd

Ketua Jurusan,

 Akhyar Andhari, S.Sa, M.I.Kom

Pembimbing,

 Rizal Hidayat Lubis, S.Sos, M.I.Kom



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

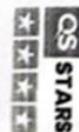
Nomor : 459/UND/II/3-AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Hari, Tanggal : Kamis, 31 Maret 2022

Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai

Tempat : Ruang 208-209 FISIP UMSU



Sk-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	DHEA ANDIRA	1803110179	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos, M.A.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	ANALISIS MAKNA SIMBOLIK TAGLINE "KEPAK SAYAP KEBHINEKAAAN" PUAN MAHARANI TAHUN 2021
2	NITASYA PRASTIKA	1803110109	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI BUDAYA PATRIARKI DALAM FILM KIM JI YOUNG BORN 1982
3	M. REZA SAHYUDA	1703110094	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom.	ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR SINEMATOGRAFI DALAM FILM "HER"
4	CHAIRUNINISA WIDYA NINGRUM	1803110073	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	DAMPAK SELF DISCLOSURE DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMBENTUKAN KONSEP DIRI PADA SISWA SMA PANCA BUDI
5	ADE YUSNITA MEHA	1803110063	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos, M.A.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	ANALISIS DESKRIPSI DESAIN VISUAL PADA IKLAN GOOD DAY AVOCADO DELIGHT DI TELEVISI

1. Menulis Sidang:

Ditandatangani oleh:

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.

Medan, 28 Syaban 1443 H
29 Maret 2022 M



ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom

Sekretaris