

**ANALISA SEMIOTIKA  
KOMUNIKASI VISUAL IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
PELESTARIAN OBYEK WISATA KOTA SEMARANG**

**Sinung Utami Hasri Habsari <sup>a</sup>**

<sup>a</sup>Alumni Magister Ilmu Komunikasi (MIKOM) Universitas Diponegoro Semarang

<sup>a</sup>E-mail: groovyrari@yahoo.com

**INFO ARTIKEL**

**Riwayat Artikel :**

Diterima :20 Agustus 2016  
Disetujui :27 Agustus 2016

**Kata Kunci :**

Poster, Wisata, Konservasi,  
Komunikasi Visual, Semarang

**ABSTRAK**

Iklan Layanan Masyarakat adalah jenis periklanan yang dilakukan oleh pemerintah, organisasi komersial maupun non-komersial, untuk mencapai tujuan social atau sosio-ekonomis.

Komunikasi visual melalui bentuk poster mempunyai signifikansi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna dari satu atau dua pesan. Dalam hal ini konsep pelestarian dan kepariwisataan ditampilkan secara bersama.

Tujuan dibuatnya poster ini bukan sekedar dapat memberikan informasi kepada para pembaca untuk mengunjungi dan menikmati obyek wisata yang dituju tapi turut serta dalam bagian melestarikan..

Kode kultural dari aspek pengetahuan, memberikan pendidikan tentang segala sesuatu yang bersifat baik-buruk dari suatu sebab akibat, salah-benar dan jahat-suci.

Kode Kebudayaan yang tersirat dalam poster juga diarahkan untuk memberi pengaruh yang berhubungan dengan gaya hidup, etika, dan estetika.

**ARTICLE INFO**

**Article History :**

Received :August 20, 2016  
Accepted :August 27, 2016

**Key words:**

Poster, Tourism, Conservation,  
Visual Communications, Semarang

**ABSTRACT**

*Public Service Advertisement is sort of advertisement created by the government, commercial and non-commercial organizations, to achieve the goal for social or socio-economic advantages.*

*Visual communication in a poster has a significant role in conveying a concept, and the meaning of the messages. In this study, the concept of conservation and tourism simultaneously displayed.*

*The objective of this poster is not only to give information for readers to visit and enjoy the tourist destination but also taking a participation in natural conservation.*

*The cultural code of the knowledge aspects, provide an education about good and bad things as the causal factor of human attitude.*

*Culture code in the poster aimed to give associated effect to the lifestyle, ethics, and aesthetics.*

## 1. PENDAHULUAN

Tulisan ini bertujuan memberikan keragaman aplikasi kajian Analisa Semiotika Komunikasi Visual sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya secara prinsip oleh Sumbo (Tinarbuko, 2009). Kajian awal terkait Iklan Layanan Masyarakat dari suatu bentuk iklan Lingkungan Hidup telah diberikan pada edisi sebelumnya (Habsari, 2016) dan pada kesempatan ini, kami coba memberikan keragaman lagi pada suatu disain poster kepariwisataan.

Iklan merupakan salah satu produk media cetak, sebagaimana yang disampaikan oleh Sobur (Sobur, 2009) bahwa ada dua cara penyampaian suatu bentuk iklan, yaitu melalui saluran media massa berupa media cetak (seperti surat kabar, majalah, poster, *leaflet*, brosur, papan iklan dan *billboard*) dan media elektronik (radio, televisi, film), bahkan kini telah berkembang Medsos dalam bentuk facebook, Line, WA hingga Twitter.

Ada hal-hal yang perlu diandalkan dalam media cetak seperti disain sebuah iklan tersebut, yaitu 'disain gambar (ilustrasi), tipografi, komposisi, pilihan warna dan layout serta dan serta kekuatan bahasa (Supriyadi, 2013), (Tinarbuko, 2009). Produk ini dapat dilakukan oleh Pemerintah, Organisasi Komersial maupun Non-Komersial, untuk mencapai tujuan social atau sosio-ekonomis (Nuradi, 1996). Iklan Layanan Masyarakat (ILM) memiliki tujuan memberikan edukasi, informasi, himbauan bahkan ajakan kepedulian terhadap berbagai hal yang ditujukan pada seluruh lapisan masyarakat.

Dalam hal ini Tujuan Iklan Kepariwisataan memiliki tujuan ketertarikan hingga usaha kepedulian dalam melestarikan obyek bangunan kuno di kota Semarang, karena telah di 'posisikan' sebagai obyek destinasi wisata kota Semarang. Untuk itu iklan kepariwisataan ini harus dibuat secara multiaspek dan multidimensi untuk mendapatkan perhatian dan respon positif dari masyarakat. Kreativitas para kreator iklan layanan masyarakat tentang kepariwisataan menjadi objek yang diamati dalam artikel ini.

### 1.1. Teori Semiotika Komunikasi Visual

Sekilas pada kesempatan ini, kami paparkan kembali pemahaman teori Semiotika. Secara

detail sebenarnya telah kami paparkan secara detail pada artikel sebelumnya (Habsari, 2016). Semiotika berasal dari bahasa Yunani, 'semeion' yang berarti tanda. Jadi Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*sign*), berfungsi sebuah tanda dan produksi makna (Tinarbuko, 2010)

Kini Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Semiotika pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi tetapi juga mengkonstitusi system terstruktur dari tanda (Sobur, 2009).

Sebuah tanda (berwujud kata atau gambar) mempunyai dua aspek yang ditangkap oleh indra kita yang disebut *signifier*, bidang penanda atau bentuk. Aspek lainnya disebut *signified*, bidang petanda atau konsep atau makna.

Kedua aspek ini terkandung di dalam aspek pertama. Jadi petanda merupakan konsep atau apa yang dipresentasikan oleh aspek pertama (Sobur, 2009)

### 1.2. Pemahaman Pelestarian Cagar Budaya

Konservasi secara umum diartikan pelestarian. Istilah konservasi mengacu pada Piagam dari *International Council of Monuments and Site* (ICOMOS) tahun 1981 yaitu : Charter for the Conservation of Places of Cultural Significance, Burra, Australia. Piagam ini lebih dikenal dengan Burra Charter.

Dalam Burra Charter konsep konservasi adalah semua kegiatan pelestarian sesuai dengan kesepakatan yang telah dirumuskan dalam piagam tersebut. Konservasi adalah konsep proses pengelolaan suatu tempat atau ruang atau obyek agar makna kultural yang terkandung didalamnya terpelihara dengan baik. Pengertian ini sebenarnya perlu diperluas lebih spesifik yaitu pemeliharaan morfologi (bentuk fisik) dan fungsinya. Kegiatan konservasi meliputi seluruh kegiatan pemeliharaan sesuai dengan kondisi dan situasi lokal maupun upaya pengembangan untuk pemanfaatan lebih lanjut. Bila dikaitkan dengan kawasan maka konservasi kawasan atau sub bagian kota mencakup suatu upaya pencegahan adanya aktivitas perubahan sosial

atau pemanfaatan yang tidak sesuai dan bukan secara fisik saja.

Kegiatan konservasi antara lain bisa berbentuk: (Marquis-Kyle & Walker, 1992)

- **Preservasi**  
Preservasi adalah mempertahankan (melestarikan) yang telah dibangun disuatu tempat dalam keadaan aslinya tanpa ada perubahan dan mencegah penghancuran.
- **Restorasi**  
Restorasi adalah pengembalian yang telah dibangun disuatu tempat ke kondisi semula yang diketahui, dengan menghilangkan tambahan atau membangun kembali komponen-komponen semula tanpa menggunakan bahan baru.
- **Rekontruksi**  
Rekontruksi adalah membangun kembali suatu tempat sesuai mungkin dengan kondisi semula yang diketahui dan diperbedakan dengan menggunakan bahan baru atau lama.
- **Adaptasi**  
Adaptasi adalah merubah suatu tempat sesuai dengan penggunaan yang dapat digabungkan.
- **Revitalisasi**  
Revitalisasi adalah kegiatan pengembangan yang ditujukan untuk menumbuhkan kembali nilai-nilai penting cagar budaya dengan penyesuaian fungsi ruang baru yang tidak bertentangan dengan prinsip pelestarian dan nilai budaya masyarakat

Aktivitas tersebut tergantung dengan kondisi, persoalan, dan kemungkinan yang dapat dikembangkan dalam upaya pemeliharaan lebih lanjut. Masyarakat awam sering keliru bahwa pelestarian bangunan bersejarah diarahkan menjadi *dead monument* (monumen statis) tetapi sebenarnya bisa dikembangkan menjadi *live monument* yang bermanfaat fungsional bagi generasi masa sekarang.

Suatu program konservasi sedapat mungkin tidak hanya dipertahankan keasliannya dan perawatannya namun tidak mendatangkan nilai ekonomi atau manfaat lain bagi pemilik atau masyarakat luas.

Konsep pelestarian yang dinamik tidak hanya mendapatkan tujuan pemeliharaan bangunan tercapai namun dapat menghasilkan pendapatan dan keuntungan lain bagi pemakainya. Dalam hal ini peran arsitek sangat penting dalam menentukan fungsi yang sesuai karena tidak semua fungsi dapat dimasukkan.

Kegiatan yang dilakukan ini membutuhkan upaya lintas sektoral, multi dimensi dan disiplin, serta berkelanjutan. Dan pelestarian merupakan pula upaya untuk menciptakan pusaka budaya masa mendatang (*future heritage*), seperti kata sejarawan bahwa sejarah adalah masa depan bangsa. Masa kini dan masa depan adalah masa lalu generasi berikutnya.

Menurut Undang-Undang RI No.11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya (RI, Undang-undang RI no.11 tahun 2010, 2010), bangunan cagar budaya memaksudkan benda buatan manusia, dengan usia 50 tahun atau lebih, mewakili masa gaya arsitektur tertentu, serta memiliki arti penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan. Manfaat pelestarian bangunan bersejarah antara lain :

- Bangunan sejarah menunjukkan identitas nasional, etnik, atau kelompok sosial
- Memberikan bukti ilmiah masa lalu, dan dapat menjadi bagian hubungan emosional yang memberikan pengalaman ruang dan tempat seperti yang terjadi pada masa lampau
- Keindahan dan teknik-teknik bangunannya, kota yang terdapat bangunan bersejarah dapat turut membawa suasana kehidupan masa lampau
- Bangunan sejarah berasas nilai bagi penggunaannya, serta sebagai kenangan individual / kolektif
- Kota dengan bangunan-bangunan yang memiliki nilai-nilai dan mewakili gaya arsitektur pada zamannya dapat menjadi daya tarik wisata tersendiri

Berdasarkan Undang-Undang tersebut, Pelestarian merupakan upaya dinamis untuk mempertahankan keberadaan Cagar Budaya dan nilainya dengan cara melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkannya, serta melakukan tindakan adaptasi seperti mempertahankan nilai-nilai yang melekat pada objek, menambah fasilitas sesuai kebutuhan,

mengubah susunan ruang secara terbatas, mempertahankan gaya arsitektur, konstruksi asli, dan keharmonisan estetika lingkungan di sekitarnya.

Benda cagar budaya dapat menjadi lebih baik dan manfaatnya dapat lebih terasa bila dikonservasi. Konservasi adalah upaya untuk melestarikan, melindungi serta memanfaatkan sumber daya suatu tempat, seperti gedung-gedung tua yang memiliki arti sejarah atau budaya, kawasan dengan kepadatan pendudukan yang ideal, cagar budaya, hutan lindung dan sebagainya". Berarti, konservasi juga merupakan upaya preservasi dengan tetap memanfaatkan kegunaan dari suatu seperti kegiatan asalnya atau bagi kegiatan yang sama sekali baru sehingga dapat membiayai sendiri kelangsungan eksistensinya (Danisworo, 1996)

Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan.

Benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, atau Struktur Cagar Budaya apabila memenuhi kriteria:

- berusia 50 (lima puluh) tahun atau lebih;
- mewakili masa gaya paling singkat berusia 50 (lima puluh) tahun;
- memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan; dan
- memiliki nilai budaya bagi penguatan kepribadian bangsa.

### 1.3. Definisi dan konsep kepariwisataan

Berikut beberapa pengertian tentang Pariwisata.

Pertama, menurut Undang Undang No. 10/2009 (RI, 2009) tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Kedua, definisi lain dari Pariwisata atau turisme adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. Seorang wisatawan atau turis adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi (Wikipedia, Pengertian Pariwisata, 2016).

Ada empat unsur yang menjadikan suatu destinasi itu destinasi wisata menurut Undang-undang ini:

- Daya tarik. Daya tarik wisata bisa dibuat, bisa juga daya tarik yang telah ada di destinasi itu. Daya tarik tentu perlu ditambah dukungan unsur yang kedua.
- Aksesibilitas. Suatu destinasi harus memiliki transportasi atau akses jalan yang baik menuju tempatnya.
- Infrastruktur. Infrastruktur di sini dalam artian adalah fasilitas yang menunjang kebutuhan wisatawan. Dalam hal ini bisa dilakukan oleh hotel, restoran, atau asosiasi seperti ASITA (Asosiasi Perusahaan Perjalanan Indonesia dan PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia).
- Pemberdayaan masyarakat di sekitar destinasi. Dimana suatu masyarakat sekitarnya harus paham hospitality agar dapat menjamu wisatawan dengan baik.
- Marketing, yaitu pemasaran dan pencitraan destinasi.

Sehingga dapat dikatakan bahwa aktifitas Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha.

Tempat-tempat yang dijadikan sebagai tujuan wisata disebut objek wisata. Dan objek wisata dapat dibedakan menjadi tiga macam sebagai berikut.

- Objek wisata alam, antara lain pemandangan alam pegunungan, cagar alam, danau, pantai, kawah gunung api, sumber air panas, flora, dan fauna.
- Objek wisata rekreasi, antara lain kolam luncur, kolam renang, waduk, dan taman rekreasi.
- Objek wisata budaya, antara lain benteng kuno, masjid kuno, gereja kuno, museum, keraton, monumen, candi, kesenian daerah, rumah adat, dan upacara adat.

### Jenis-jenis Pariwisata

- Pariwisata budaya, seperti kunjungan ke candi, masjid agung, museum, dan keraton.
- Pariwisata olahraga, seperti mendaki gunung, berenang di pantai, dan mendayung di telaga.
- Pariwisata untuk menikmati perjalanan atau pariwisata petualangan, seperti menjelajah rimba, mengarungi samudera, dan napak tilas.
- Pariwisata yang hanya untuk tujuan rekreasi, seperti kunjungan ke taman rekreasi dan pantai.
- Pariwisata sambil mengadakan pertemuan atau konferensi, seperti konferensi PATA dan KTT ASEAN yang dilaksanakan di Bali.
- Pariwisata sambil berdagang.

Faktor-faktor pendukung pariwisata di Indonesia sebagai berikut.

- Memiliki banyak objek pariwisata di berbagai daerah.
- Memiliki alam yang sangat indah.
- Memiliki berbagai peninggalan sejarah pada masa lalu.
- Memiliki berbagai budaya yang unik.
- Rakyat yang ramah tamah.

Manfaat pariwisata sebagai berikut.

- Menciptakan lapangan kerja.
- Meningkatkan penghasilan bagi masyarakat, baik dari pelayanan jasa maupun dari penjualan barang cinderamata.
- Meningkatkan pendapatan negara.
- Mendorong pembangunan daerah.
- Menanamkan rasa cinta tanah air dan budaya bangsa.



**Gambar 01 :**  
**Spot-spot obyek wisata yang menarik di kawasan Kota Lama Semarang.**

### 1.4. Kawasan kota lama sebagai salah obyek wisata kota Semarang

Kawasan Kota Lama Semarang merupakan satu dari 25 obyek wisata yang ada di kota Semarang, selain kawasan perairan (pantai marina, maron, tiran dan taman lele), kawasan religi&bangunan kuno (watu gong, masjid agung, Lawang Sewu, masjid Kauman, Masjid Baiturahman, Sam po Kong dan lain-lain)., Kawasan Candi (gedong Songo, candi tugu), kawasan alam ( Air terjun kali panjur, penggaron, Umbul sidomukti, row opening danm lain-lain), Museum (MURI, Nyonya Meneer, Ronggowarsito, dan Museum Mandala Bhakti) (Semarang, 2016)

Kawasan Kota Lama Semarang terdapat banyak sekali bangunan kuno peninggalan Pemerintah Kolonial Belanda. Keberadaan Kota Lama ini menunjukkan bahwa Kota Semarang sejak dulu sudah menjadi sentra perekonomian dan pusat pemerintahan. Beberapa bangunan kuno yang sampai sekarang masih berdiri kokoh adalah Bank Mandiri, Asuransi Jiwa Sraya, Pabrik Rokok Praoe Lajar, Stasiun Tawang, Gereja Blenduk dan Polder Air tawang. Untuk lebih menambah sensasi menikmati eksotisme Kota Lama Semarang ini, sekarang sudah tersedia Bus pariwisata yang siap mengantarkan anda berkeliling menikmati Kota Lama Semarang. Bus Pariwisata ini diberi nama Semarjawi, yang merupakan singkatan dari Semarang Jalan-jalan Wisata. Bus ini di operasikan sejak tanggal 28 Oktober 2014. (Semarang, 2016)

### 1.5. Contoh tampilan poster pariwisata

Keragaman obyek wisata di Indonesia menunjukkan betapa kayanya Negara khatulistiwa ini, baik keragaman berobyek pulau, suku, dan budaya. Namun tidak setiap tempat atau objek potensial wisata tersebut diketahui oleh semua orang ketahu atau dapat dikatakan m,asih banyaknya para wisatawan yang masih belum banyak kenal. Sebagai masyarakat yang berada di daerah wisata pasti ingin objek wisata di daerahnya itu bisa terkenal dan banyak pengunjungnya. Karena selain wisata bisa menjadi sumber penghasilan wisata pun sangat banyak manfaat nya. baik itu untuk pengunjung atau pun masyarakat yang berada di sekitar objek wisata. Untuk itu memang perlu kerja keras dari setiap tempat

atau daerah untuk mempromosikan tempat objek wisatanya. Berikut beberapa ragam poster pariwisata yang memperkenalkan daerah/tempatnya.



**Gambar 02 :**  
**Ragam Poster obyek wisata**  
**(Gramediapustakautama, 2016)**

## 2. METODOLOGI

Pembahasan disain poster tentang Pariwisata kota Semarang dalam kajian ini akan meminjam :

- Pertama, konsep Pierce untuk melihat tanda pada karya komunikasi visual (ikon, indeks dan symbol) sebuah rancangan poster.
- Kedua, Teori Barthes untuk melihat kode, yaitu kode hermeneutic, kode sematik, kode simbolik, kode narasi dan kode kebudayaan, serta
- Ketiga, Teori Saussure untuk melihat makna denotative dan makna konotatif.

Teori semiotika iklan Judith terkait dengan peminjaman tanda dan kode social untuk memahami karya komunikasi visual yang dijadikan bahan pembahasannya juga (Williamson, 1984).

Disamping itu penggunaan semiotika structural dan semiotika pascastruktural menjadi pertimbangan khusus dalam pembahasan ini. Hal ini menjadi penting karena pada kasus tertentu mungkin akan didapatkan semiotika strukturalis yang bisa merambah teks (baca: karya desain komunikasi visual) ketika teks tersebut keluar dari kode yang stabil berlaku. Dengan

demikian, semiotika structural yang stabil tidak bisa menjelaskan teks yang labil.

Beberapa disain poster berikut akan dikaji dengan menggunakan semiotika komunikasi visual sebagai metode analisis tanda dan makna.

## 3. PEMBAHASAN

Pada bagian ini kita akan kaji beberapa disain iklan layanan masyarakat (ILM) dalam bentuk poster bertema Pariwisata di Kawasan Kota Lama Semarang dengan menggunakan kajian semiotika komunikasi visual.

### 3.1. Analisis Semiotika Komunikasi Visual ILM “Kami Bukan Kanvas Raksasa, Kami adalah Situs Budaya”

- Konsep Poster :

Disain poster ini sebagai bentuk Propaganda atau Afiriasi yang memiliki tujuan memotivasi pembaca untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan, bukan dengan cara merusak situs budaya tapi justru mengajak untuk memelihara. Poster bertemakan Kepariwisata dan sekaligus pelestarian obyek wisata diharapkan dapat memberikan motivasi kepada para pembaca untuk menerapkan pemahaman atau kepedulian terhadap situs budaya yang ada di Kawasan Kota Lama ini yang dikemas menjadi obyek wisata. ILM ini seolah mensosialisasikan konsep pelestarian bangunan kuno/ situs budaya dan kesadaran memelihara lingkungan tersebut untuk kemudian dijadikan salah satu obyek wisata yang membanggakan kota Semarang.



**Gambar 03 :**  
**Obyek kajian pertama pada disain poster Pelestarian obyek Wisata kota lama Semarang (Prianto, 2016)**

Penggunaan kata-kata yang persuasive “Kami bukan Kanvas Raksasa”, yaitu berusaha mengajak seseorang dengan cara memberikan alasan yang meyakinkan untuk membuktikan pendapat. Disain Poster ILM ini mengajak para pembacanya untuk mulai menerapkan /mewujudkan keperdulian untuk tidak merusan situs budaya dengan cara mencoret-coret pada sembarang tempat, terutama pada bangunan kuno yang terkesan menjadi obyek ‘menganggur’. Kalimat persuasif ini dipertegas dengan kalimat “ kami adalah situs Budaya”

- Tanda verbal (headline) : **“Kami Bukan kanvas Raksasa, Kami adalah Situs Budaya”**
- Subheadline : **“Jalan Lerjen Soeprpto Semarang Jawa Tengah”**
- Tanda Visual : terdapat dua tanda visual, yaitu dinding bangunan yang penuh coret-coret dan Ikon bangunan kuno yang sangat dikenal di kawasan Kota Lama Semarang

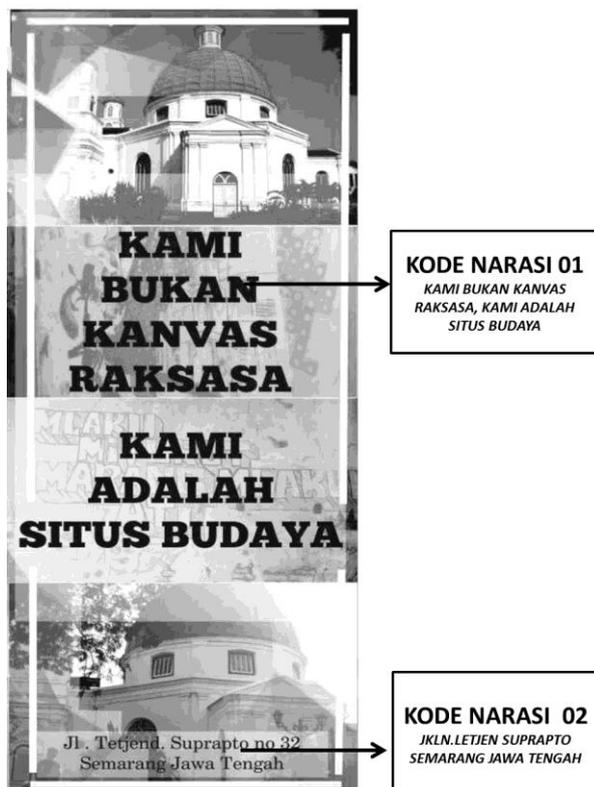
ini dan ditampilkan secara menyolok proporsi dinding-dinding yang besar, lebar dan bersih, seolah ‘ladang’ untuk dijadikan kanvas.

- Analisis Semiotika Komunikasi Visual :  
 Berdasarkan tanda verbal dan tanda visual pesan ILM tersebut, pesan dapat ditangkap melalui bantuan kode hermeneutic, kode simbolik, kode narasi, kode sematik dan kode kebudayaan.

Kode visual hermeneutik terlihat pada deretan tanda verbal yang berbunyi **“Kami Bukan Kanvas Raksasa. Kami adalah Situs Budaya”**, kemudian divisualkan menjadi ikon sebuah hasil coret-mencoret dari sebuah dinding bangunan, yang dianggap sebagai media kanvas yang berisi coret-coret dan ditampilkan sebagai background dari tanda verbal ini. Dilanjutkan enigma pada visual berikutnya. Yaitu jawabannya terlihat pada teks subheadlinenya : **“Jln. Letjen Soeprpto no.32 Semarang Jawa Tengah”**, yang divisualkan dengan jelas suatu alamat dari sebuah bangunan kuno di kawasan Kota Semarang ini, yang dilengkapi tampilan tampak bangunan tersebut.

Kode simbolik pada aspek pertengahan dua unsur terlihat pada tanda visual atau ikon produk aksi coret-coret dinding dan ikon bangunan bersejarah di Kawasan Kota Lama Semarang

Kode narasi yaitu kode yang mengandung cerita terlihat pada teks headline : **“Kami Bukan kanvas Raksasa, Kami adalah Situs Budaya”**. Kata “Kanvas” berarti suatu media untuk menggambar/melukis pada bidang yang besar dan datar dan dipertegas lagi dengan kata “raksasa”. Secara denotatif (berdasarkan tinjauan kamus) berarti suatu media bidang gambar yang sangat besar yang berpotensi untuk dilakukan aksi menggambar. Namun kata “bukan’ memberi pengertian bukanlah suatu bidang gambar. Dan dipertegas dengan kata “kami adalah situs budaya”, berarti situs budaya bukanlah media kanvas untuk menggambar.



**Gambar 04 :**

#### **Deretan tanda verbal pada kode narasi**

Kajian makna Denotatif dan Konotatif dari teks tersebut adalah :

- Kata “kanvas” berarti kain yang berlapis cat campur lem, merupakan kain kanvas terbuat dari yang kain tipis sampai kain tebal dan kuat. Bahan ini dipergunakan untuk membuat layar dan terutama dasar lukisan. Seorang seniman sebelum melukis membenteng kain kanvas di atas kayu bentang (spanram). Biasanya kanvas ini dibuat dengan menggunakan campuran bahan-bahan seperti cat tembok, lem, dan cat lapisan tipis berbahan dasar minyak untuk lapisan terakhir, kanvas ini khusus untuk cat minyak. untuk cat acrylic atau cat berbahan dasar air tidak perlu dilapisi cat minyak (Wikipedia, Pengertian Kanvas, 2016)
- Kata “Raksasa” berarti (1) makhluk yg menyerupai manusia, konon berbadan tinggi besar; gergasi; buta; (2) sesuatu yg sangat besar, sangat terkenal di bidang tertentu, (3) besar sekali - melebihi ukuran biasa (Indonesia, 2016).
- Kedua kata tersebut (Kanvas Raksasa), memiliki arti konotatif adalah adanya media gambar yang sangat besar – tidak sebagaimana ukuran kanvas para pelukis yang di pajang di dinding rumah, namun media gambar yang seukuran dinding rumah.
- Sedangkan makna denotatif kata “situs budaya” berarti daerah yang kelestarian hidup masyarakat dan peri kehidupannya dilindungi oleh undang-undang dari bahaya kepunahan.[1] Menurut UU no. 11 tahun 2010, cagar budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan atau kebudayaan melalui proses penetapan. Benda cagar budaya adalah benda alami atau buatan manusia, baik bergerak atau tidak, yang punya hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia. Benda cagar budaya tidak hanya penting bagi disiplin ilmu arkeologi, tetapi terdapat berbagai disiplin yang dapat melakukan analisis terhadapnya. Antropologi misalnya dapat melihat kaitan antara benda cagar budaya dengan kebudayaan sekarang. (Wikipedia, Pengertian Cagar Budaya, 2016)
- Secara konotatif makna situs budaya adalah bangunan yang dilindungi undang-undang yang memiliki arti penting bagi ilmu pengetahuan dan memiliki potensi pariwisata, dinding-dindingnya yang berpotensi untuk dijadikan media gambar, bulalah tempat yang tepat. Tapi jadikanlah obyek itu menjadi obyek yang meraiik wisatawan, bukan obyek menarik untuk dijadikan obyek coret-core. Pemakaaman ini dipertegas dengan kata “bukan” kanvas raksasa.
- Kode Kebudayaan tersirat pada pengaruh psikologis yang berhubungan dengan minat sedangkan pengaruh sosial budaya yaitu pengaruh yang berhubungan dengan gaya hidup, etika, dan estetika. Poster ILM ini membawa pengaruh psikologis, untuk menyadarkan masyarakat akan kondisi dan potensi wisata yang ada adikawasan Kota Lama kota Semarang yang sejauh ini semakin mengalami kerusakan yang

bertambah parah karena ketidak terawatan dari berbagai actor terkait (terutama pemerintah dan pemilik bangunan), maka percuma saja bila aksi dari actor non-pemerintah/masyarakat sendiri yang menginginkan pelestarian benda cagar budaya yang berpotensi sebagai obyek wisata. Pembaca diharapkan lebih memperhatikan pentingnya penerapan konsep pelestarian terhadap cagar budaya yang dijadikan obyek wisata dalam usaha menghidupkan kembali (revitalisasi).

- Makna naratif dan visual, dipertegas dengan kode verbal diakhir poster ini, yaitu “Jalan letjen Soeprapto no. 32 Semarang Jawa tengah”, yang mempertegas bahwa oyek yang jangan dijadikan kanvas aksi coret mencoret dan obyek yang seyogyanya dijadikan wisata adalah bangunan yang beralamat di situ. Pemahaman denotatif jalan adalah Jalan adalah prasarana transportasi darat yang meliputi segala bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas, yang berada pada permukaan tanah, di atas permukaan tanah, di bawah permukaan tanah dan/atau air, serta di atas permukaan air, kecuali jalan kereta api, jalan .... (Wikipedia, Pengertian Jalan, 2016).



**Gambar 05 :**  
**Ragam tanda visual : Ikon silhoet aksi coret coret dan ikon gedung yang bersejarah di kawasan kota lama,**

Kajian tanda visual dari poster ini adalah (lihat gambar 05) :

- Tanda visual berupa ikon bangunan cagar budaya di kawasan kota lama (gambar paling atas dari layout poster) dan deretan silhouette bentuk aksi coret-coret, yang ditampilkan sebagai background tulisan pertama.
- Tampilan bangunan diatas menggambarkan salah satu bentuk bangunan yang masuk dalam kriteria Cagar Budaya, yang memiliki beragam manfaat dan dilindungi undang-undang. Dan bangunan itupun juga memiliki syarat sebagai obyek wisatawan. Tampilan yang sangat menarik itu akan menjadi jelek bilamana dilakukan/digunakan sebagai media coret coret sebagaimana tampilan visual dari aksi coret-coret.
- Siluet bentuk coret-coret yang ditempatkan sebagai background dari headline poster ini memberio makna bentuk-coret-coret yang terkesan merusak pemandangan/ aksi gravity yang sering ditemukan dalam dinding-dinding kosong dari suatu bangunan yang tidak digunakan. Tidak semua aksi grafiti selalu jelek, tapi kalau bentuk dan tempatnya tidak lagi pada tempatnya maka kesan merusak akan lebih menonjol dar pada pesan yang bermanfaat. Aksi grafiti pada obyek yang berpotensi sebagai obyek wisata, justru itu sudah jelas tidak pada tempatnya.
- Tanda visual berikutnya adalah bangunan yang dimaksud adalah bangunan cagar budaya yang beralamat di jalan letjen soeprapto no. 32. Bangunan ini sangat potensial jadi obyek wisata, dan dindingnya bukanlah area untuk dilakukan coret-coret.

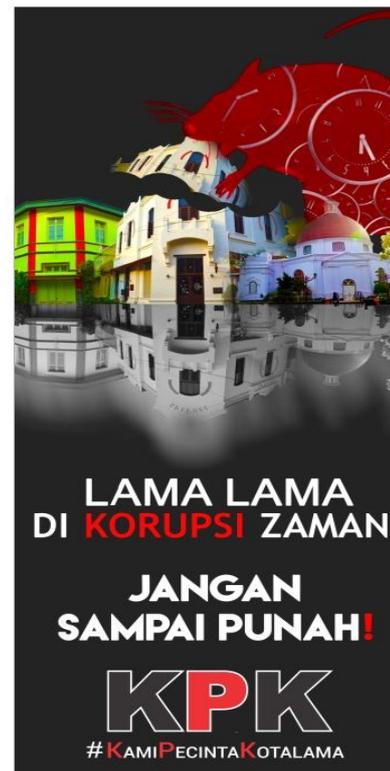
Dengan demikian terdapat hubungan yang erat antara tanda verbal dan tanda visual. Tanda verbal mempunyai konotasi bahwa silhoet bangunan cagar budaya yang berpotensi sebagai obyek wisata janganlah dirusak dengan aksi coret-coret yang merusak kenyamanan memandang para wisatawan. Biarlah wisatawan menikmati keindahan arsitektur bangunannya, bukan menikmati keragaman gambar coret-coret yang tidak pada tempatnya.

Dari analisis ILM diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa tanda bermakna sebagai pengetahuan yang menekankan perlunya kepedulian pelestarian terhadap obyek cagar budaya mulai dari sekarang sehingga bermanfaat untuk menjadi obyek pariwisata. Dalam mengeksplorasi obyek di kota lama semarang sebaiknya menerapkan konsep salah satu pelestarian yaitu revitalisasi menjadi obyek wisata.

### 3.2. Analisis Semiotika Komunikasi Visual ILM “*Lama-lama di Korupsi zaman, Jangan sampai punah !*”.

- Konsep Poster :

Poster tersebut sebenarnya menginginkan menampilkan aksi dari binatang tikus yang sedang melahap makanan, dimana makanan tersebut digambarkan dari sekumpulan bangunan obyek wisata di Kawasan Kota Lama Semarang. Dan didalam badan tikus digambarkan pula dengan tampilan beberapa jam yang berputar. ILM didisain dengan *layout* dan komposisi dinamis dan tidak simetris. Komposisi hurufnya memberikan kesan ketidaktenangan/ kegundakan akibat dari kondisi yang tidak diinginkan, sehingga pilihan warna hurufnya menggunakan perbedaan warna pada kode verbal pertamanya, sedangkan pada kode verbal endingnya, dipakailah pilihan hurup yang sudah sangat ‘dikena’ atau jadi brandimage dari institusi penanggulangan kegiatan Korupsi, yaitu KPK. Kemudahan membaca ditunjukkan dengan pilihan warna putih dengan background hitam, sedangkan penekanan aksinya digunakan warna merah pada kata ‘Korupsi’, sehingga target sasaran mudah memahami pesan-pesan yang terkandung di dalamnya. “KPK” yang berate”Komisi Pemberantas Korupsi” yang berarti suatu instansi yang memiliki kewenangan melakukan aksi ini dalam konsteks ini diartikan dengan “Kami Pecinta Kota Lama”.



**Gambar 06 :**  
**Obyek kajian ke 2 pada disain poster pelestarian obyek wisata Kota lama Semarang (Prianto, 2016)**

- Tanda verbal (headline) : “*Lama-lama di Korupsi zaman, Jangan sampai punah !*”.
- Tanda Visual : Ikon Tikus yang didalamnya/terbentuk dari kumpulan jam yang berputar yang berwarna merah dan ikon sekumpulan bangunan bersejarah yang berwarna warni. Ideom estetik yang digunakan adalah idiom estetik parodi dan ideom estetik realistik.
- Analisis Semiotika Komunikasi Visual :  
Berdasarkan tanda verbal dan tanda visual pesan ILM tersebut, pesan dapat ditangkap melalui kode hermeneutik dan kode kebudayaan, terutama aspek moral dan pengetahuan.

Kode visual hermeneutik terlihat pada deretan tanda verbal yang berbunyi “*Lama-lama di Korupsi zaman, Jangan sampai punah !*”. Di atasnya ditampilkan sederetan bangunan cagar budaya yang ada di Kawasan Kota Lama Semarang dengan penampilan warna yang ‘menarik/menggiurkan’ dan sebagian dari salah satu bangunannya rusak pada bagian atapnya, yang seolah sedang disantap/dimakan oleh tikus besar. Kode ini juga mengandung pemahaman apa yang

diharapkan dari tampilan visual tersebut, yaitu keberadaan bangunan-bangunan cagar budaya ini lama kelamaan beriring jalannya waktu/zaman akan rusak terkikis bilamana tidak segera dilakukan perawatan atau kegiatan terkait konservasi, dan salah satu langkah yang efisien adalah kegiatan konservasi yang dikaitkan dengan kegiatan pariwisata. Bangunan akan tetap-hidup untuk menghidupkan dirinya sendiri ataupun karena bantuan dana dari stakeholder lainnya, khususnya perhatian bagi pemerintah maupun pemilik bangunan.

Kode simbolik pada aspek saling terkait dua unsur terlihat pada tanda visual tikus besar yang memakan sesuai waktu yang berjalan dan deretan bangunan yang lezat dimakan jaman. Tikus melambangkan factor pengrusak bangunan yang mekanis secara perlahan dan pasti, dari hari kehari hingga tahun ketahun, bilamana cuaca/aksi pengrusak dari factor alam ataupun manusia sendiri tidak dilakukan pencegahan maka sesuatu yang jadi obyek untuk dirusak lama-lama akan hancur. Bangunanpun yang seharusnya dilestarikan, namun bilamana tidak ada aksi nyata dari sekelompok orang yang peduli, maka bangunan itu akan lama-lama runtuh dan rusak. Apakah suatu Undang-undang pelestarian bilamana tidak ada aksi nyata dalam mengimplementasikan usaha konservasi terhadap cagar budaya?

Kode narasi yaitu kode yang mengadung cerita terlihat pada teks headline : **“Lama-lama di Korupsi zaman, Jangan sampai punah !”**.

- Kata “Korupsi” baik dalam kamus bahasa Indonesia maupun pengertian secara umum bisa diartikan **rasuah** (bahasa Latin: *corruptio* dari kata kerja *corrumpere* yang bermakna busuk, rusak, menggoyahkan, memutarbalik, menyogok) adalah tindakan pejabat publik, baik politisi maupun pegawai negeri, serta pihak lain yang terlibat dalam tindakan itu yang secara tidak wajar dan tidak legal menyalahgunakan kepercayaan publik yang dikuasakan kepada mereka untuk mendapatkan keuntungan sepihak (Wikipedia, Pengertian Korupsi, 2015)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan korupsi sebagai penyelewengan atau penggelapan (uang negara atau perusahaan) dan sebagainya

untuk kepentingan pribadi atau kepentingan orang lain. Korupsi berasal dari kata korup yang berarti :

- Buruk ; rusak ; busuk
- Suka memakai barang (uang) yang dipercayakan kepadanya ; dapat disogok (melalui kekuasaannya kepentingan pribadi) (online K.-K. v., 2016)
- Kata Zaman berarti (1) 1 jangka waktu yang panjang atau pendek yang menandai sesuatu; masa: -- *kekuasaan Nazi di Jerman*; 2 kala; waktu: *akhir* -- , penghabisan masa kehidupan kita; *ketinggalan* -- , sudah tidak sesuai lagi dengan keadaan; *sudah dimakan* -- , *ki* sudah kuno; kolot; (Wikipedia, Pengertian Zaman, 2016)
- Kata Punah, dalam kamus bahasa Indonesia, memiliki arti (1) jangka waktu yang panjang atau pendek yang menandai sesuatu; masa: -- *kekuasaan Nazi di Jerman*; (2) kala; waktu: *akhir* -- , penghabisan masa kehidupan kita; *ketinggalan* -- , sudah tidak sesuai lagi dengan keadaan; *sudah dimakan* -- , *ki* sudah kuno; kolot (Wikipedia, Pengertian Punah, 2016);
- Sehingga makna konotatif pesan linguistik yang muncul di poster tersebut yaitu bahwa sekarang banyak bangunan kuno yang sudah masuk dalam list perlindungan Cagar Budaya yang makin lama mengalami degradasi kerusakan dengan berjalannya waktu. Aksi sebatas telah diterbitkan per undang-undangan tidak sepenuhnya optimal tanpa dilakukan aksi nyata dari seluruh actor terlibat, kalaupun hanya tanggung jawab dari Pemerintah saja tapi juga tanggung jawab pemilik bangunan itu sendiri hingga pada sekelompok masyarakat yang peduli dengan kegiatan konservasi di kota Semarang. Memadukan kepentingan antar sektor (konservasi dan kepariwisataan) merupakan salah satu langkah yang diharapkan dalam tampilan poster ini. (online K.-K. v., 2016)
- Dengan poster ILM ini, diharapkan para pembacanya tergugah dan tertarik untuk mulai peduli, melestarikan obyek cagar

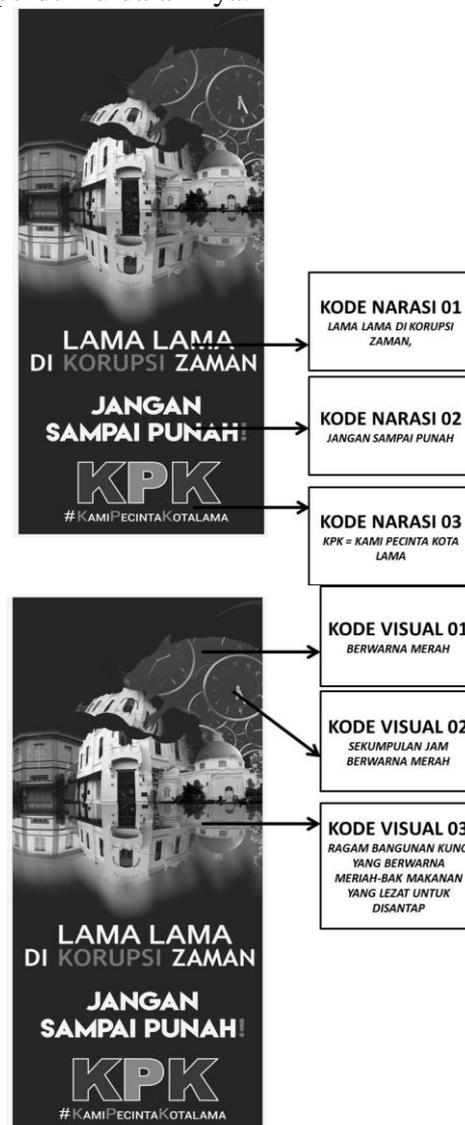
budaya sekaligus menikmati keindahannya karena fungsinya sebagai obyek wisata.

- Pesan ikonik yang tak terkodekan menunjuk denotasi “harfiah”, pemahaman langsung dari suatu gambar, tanpa mempertimbangkan kode sosial yang lebih luas. Dalam gambar atau foto, pesan denotasi adalah pesan yang disampaikan secara keseluruhan.
- Kode sematik pada aspek loyalitas terlihat pada tanda verbal yang berbunyi : **“Lama-lama di Korupsi zaman, Jangan sampai punah !”**. Terlihat bahwa seharusnya bangunan atau obyek Cagar budaya jangan dibiarkan lama-lama/ tidak difungsikan/ tidak dirawat hingga tidak diperhatikan, karena seiring perkembangan jaman dan waktu, maka bangunan yang kuno yang dibiarkanpun akan rusak. Tetapi, bilamana obyek Cagar budaya ini dicoba dibiarkan menghidupkan sendiri, maka peralihan fungsi bangunan menjadio obyek wisata kiranya merupakan solusi yang ditawarkan dalam poster ini. Siapa yang perpern? Jawabnya ada pada kode narasi dibagian akhir, yaitu “KPK” (“Kami Pecinta Kota Lama).
- Makna narasi KPK adalah **Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia** (biasa disingkat **KPK**) adalah lembaga negara yang dibentuk dengan tujuan meningkatkan daya guna dan hasil guna terhadap upaya pemberantasan tindak pidana korupsi. KPK bersifat independen dan bebas dari pengaruh kekuasaan mana pun dalam melaksanakan tugas dan wewangnya. Komisi ini didirikan berdasarkan kepada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2002 mengenai Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi. Dalam pelaksanaan tugasnya, KPK berpedoman kepada lima asas, yaitu: kepastian hukum, keterbukaan, akuntabilitas, kepentingan umum, dan proporsionalitas. KPK bertanggung jawab kepada publik dan menyampaikan laporannya secara terbuka dan berkala kepada Presiden, DPR, dan BPK. KPK dipimpin oleh Pimpinan KPK yang terdiri atas lima orang, seorang ketua merangkap anggota dan empat orang wakil ketua

merangkap anggota. Pimpinan KPK memegang jabatan selama empat tahun dan dapat dipilih kembali hanya untuk sekali masa jabatan. Dalam pengambilan keputusan, pimpinan KPK bersifat kolektif kolegial.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Komisi\\_Pemberantasan\\_Korupsi\\_Republik\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Komisi_Pemberantasan_Korupsi_Republik_Indonesia)

- Kode Kebudayaan terlihat pada aspek pengetahuan dan moral. ILM ini mengajak kita untuk melestarikan obyek cagar Budaya di Kota Semarang, dengan aksinya yang tidak tinggal diam, waspada dari aspek-aspek pengrusak bangunan (factor alam/ iklim dan aspek manusia), yaitu dengan cara adanya bentuk institusi yang peduli didalamnya.



**Gambar 07 :**  
**Deretan tanda verbal dan visual pada poster “KPK” (Kami Pecinta Kota lama)**

Ada 3 (tiga) tanda visual dalam poster ini, yaitu :

- Pertama, berupa ikon tikus yang sedang memakan sesuatu bagian atas bangunan. Arti dari kata tikus menurut bahasa Indonesia adalah binatang pengerat, termasuk suku *Muridae*, merupakan hama yang mendatangkan kerugian, baik di rumah maupun di sawah, berbulu, berekor panjang, pada rahangnya terdapat sepasang gigi seri berbentuk pahat, umumnya berwarna hitam dan kelabu, tetapi ada juga yang berwarna putih; *awak -- hendak menampar kepala kucing, pb* menghendaki sesuatu yang tidak mungkin diperoleh atau terjadi; *bagai -- memperbaiki labu, pb* orang yang mencoba memperbaiki sesuatu yang tidak diketahuinya, akhirnya merusaknya; *ditebuk (dikerobok) -- , pb* sudah hilang kegadisannya (sudah tidak gadis lagi); *kucing pergi -- menari, pb* jika kepala (kantor, perusahaan, dan sebagainya) pergi bawahannya bersukaria; *marah akan -- rengkiang dibakar, pb* karena takut (tidak suka dan sebagainya) pada sesuatu yang kecil, dibuangnya (dirusakkannya) sesuatu yang lebih besar dan berharga, yang melibatkan sesuatu yang kecil tersebut; *rumah terbakar -- habis ke luar, pb* (1) uang habis, tetapi yang dikehendaki tidak diperoleh; (2) apabila terjadi kerusakan di suatu daerah, semua penduduknya berbondong-bondong pindah ke tempat lain; *seperti -- jatuh di beras, pb* ibarat orang yang mendapat pekerjaan yang menguntungkan dan tidak ingin meninggalkan pekerjaan itu lagi; *seperti -- masuk perangkap, pb* orang yang sudah kehilangan akal; amat gelisah; *seperti -- masuk rumah, pb* orang yang kecewa karena tidak terpenuhi harapannya; *dimakan -- , ki cak* dicuri orang sedikit demi sedikit (KBBI, 2016)
  - Mengapa warna tikus itu merah ? padahal tikus dalam kondisi nyata berwarna hitam/abu-abu ataupun putih. Tentunya makna konotatifnya adalah sifat perusak seperti seorang koruptor. Dimana lambing KPK mempunyai brand image hutuf “K” berwarna merah.
  - Kedua visual jam yang ada membentuk tubuh tikus. Jam secara denotative mengandung arti **jam**<sup>1</sup> n (1) alat untuk mengukur waktu (seperti arloji, lonceng dinding); (2) waktu yang lamanya 1/24 hari (dari sehari semalam); (3) saat tertentu, pada arloji jarumnya yang pendek menunjuk angka tertentu dan jarum panjang menunjuk angka 12 (pada lonceng disertai dengan dentang suara bandul memukul logam atau bel); pukul: *ia bangun -- lima pagi*; (4) waktu; saat: *-- berangkat kereta api senja ke Yogyakarta ialah pukul enam sore* (online K. -v., 2016).
  - Sedang arti konotatifnya dari tampilan kedua visual ini adalah kerusakan secara perlahan dan pasti seiring perkembangan waktu akan mengancam keberadaan bangunan kuno yang sedang dilestarikan.
  - Visualisasi ketiga adalah deretan atau setumpuk bangunan kuno dengan tampilan pewarnaan yang meriah seolah menggambarkan suatu tumpukan makanan yang ‘menggiurkan’ yang siap disantap dan dipertegas dengan mulailah sebagian bentuk bangunan rusak ‘kemakan’ perjelas bahwa kondisi yang ditampilkan bangunan tersebut sadar ataupun tidak sadar, sengaja atau tidak sengaja, secara perlahan dan pasti mulai rusak. Hal ini merupakan akibat atau jawaban dari teks tersebut. Jawaban dari visualisasi poster adalah perlu adanya “KPK”.
- Dengan demikian terdapat hubungan yang erat antara tanda verbal dan tanda visual. Tanda verbal mempunyai konotasi bahwa bangunan yang mulai rusak dimakan waktu dan kehadiran KPK merupakan simbol harapan. Bahwa dengan kehadiran “KPK” tujuan dari poster ini akan mendapatkan bangunan cagar budaya akan terlindungi/terawat.
- Berdasarkan analisis ILM di atas dapat disimpulkan bahwa tanda bermakna sebagai pengetahuan yang menekankan pentingnya melestarikan bangunan kuno dan mewujudkan ketekatannya dengan adanya actor yang peduli.
- Dengan adanya poster ini, diharapkan para pembacanya mampu tergugah dan tertarik untuk mulai melestarikan obyek Cagar Budaya yang sejalan, bilamana di kelola dengan tepat

makan bangunan ini berpotensi sebagai obyek Wisata juga untuk kota Semarang. Dengan usaha yang terus-menerus walaupun sekecil apapun, pastinya akan berdampak besar bagi kelangsungan hidup atau masa depan bangunan kuno di Kota Semarang.

### 3.3. Analisis Semiotika Komunikasi Visual ILM “Memiliki Rumah Kuno Warisan Budaya Anak Cucu – Lestari Rumahku Lestari Budayaku”



**Gambar 08 :**  
**Obyek kajian ketiga pada disain poster**  
**Pelestarian obyek Wisata Kota Lama**  
**Semarang (Prianto, 2016)**

- Konsep Poster :

Disain poster ini sebagai bentuk Propaganda atau Afirmasi yang memiliki tujuan memotivasi pembaca untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan secara pribadi saat ini hingga keturunannya yang akan datang/keturunannya kelak, yaitu dengan cara melestarikan tempat tinggal kita sendiri (apalagi rumah tinggal berkriteria kuno), ataupun rumah tinggal kita bersama (warisan

budaya secara luas) agar turut melestarikan budaya kebanggaan kita semua. Dalam konteks pelestarian bangunan kuno yang asuk dalam kriteria Cagar Budaya yang telah di lindungi Undang-Undang Konservasi, maka usaha pelestarian ini termasuk usaha dalam melestarikan suatu budaya untuk kepentingan generasi mendatang. Pelestarian yang dilakukan dengan melibatkan unsur kepariwisataan, maka dapat dikreterikan usaha konservasi dengan cari revitalisasi. Definisi lengkap revitalisasi adalah usaha atau kegiatan pengembangan yang ditujukan untuk menumbuhkan kembali nilai-nilai penting cagar budaya dengan penyesuaian fungsi ruang baru yang tidak bertentangan dengan prinsip pelestarian dan nilai budaya masyarakat (Marquis-Kyle & Walker, 1992)

Poster bertemakan Kepariwisata dan sekaligus Pelestarian obyek wisata diharapkan dapat memberikan motivasi kepada para pembaca pada aksi kepedulian terhadap situs budaya dari diri sendiri secara pribadi ataupun dari kota sendiri dari skala lebih luas yaitu suatu bangunan yang ada di Kawasan Kota Lama kota Semarang. ILM ini seolah mensosialisasikan konsep pelestarian bangunan kuno/ situs budaya dan kesadaran memelihara lingkungan tersebut untuk kemudian dijadikan salah satu obyek wisata yang membanggakan kota Semarang.

Penggunaan kata-kata yang persuasive “lestari rumahku – lestari budayaku”, yaitu berusaha mengajak seseorang dengan cara memberikan alasan yang meyakinkan untuk melakukan dari diri sendiri untuk kepentingan generasi mendatang. Disain Poster ILM ini mengajak para pembacanya untuk mulai menerapkan /mewujudkan kepedulian yang dimulai dari diri sendiri untuk kepentingan masa depan. Kalimat persuasif ini dipertegas dengan kalimat “ Memiliki rumah kuno warisan budaya anak cucu”

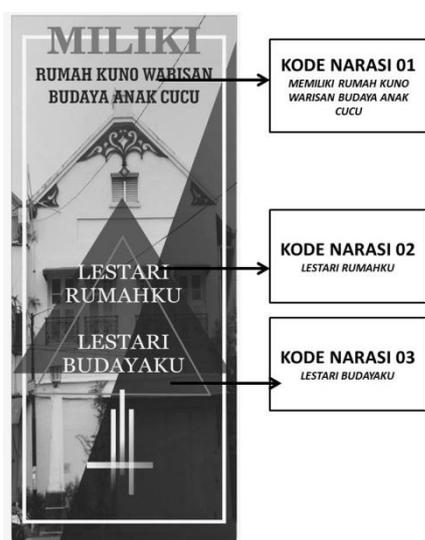
- Tanda verbal (headline) : **“Lestari Rumahku – Lestari Budayaku”**
- Subheadline : **“Memiliki Rumah Kuno Warisan Budaya Anak Cucu”**
- Tanda Visual : dalam poster ini hanya tampil satu bangunan kuno, namun terdapat 2 (dua) tanda visual lainnya, yaitu ‘garis merah berbentuk segitiga dan bentuk segitiga berwarna hitam transparan, serta

bidang transparans yang menutupi separuh tanda visual rumah kuno.

• Analisis Semiotika Komunikasi Visual :

Berdasarkan tanda verbal dan tanda visual pesan ILM tersebut, pesan dapat ditangkap melalui bantuan kode hermeneutic, kode simbolik, kode narasi, kode sematik dan kode kebudayaan.

Kode visual hermeneutik terlihat pada deretan tanda verbal yang berbunyi “**Lestari Rumahku – Lestari Budayaku**”, kemudian divisualkan menjadi ikon rumah kuno dibawah bayangan hitam (hitam transparan) dan setengahnya rumah denga tampilan yang bersih dan menarik. Dimana diawali dengan enigma pada visual diantara perbedaan bayangan tersebut yaitu keberadaan sebuah bentuk segitihga yang mengarahkan ke rumah yang baik. Artinya dari usaha melestarikan sebuah rumah sama dengan melestarikan budaya. Yaitu jawabannya terlihat pada teks subheadlinenya yang berada diatasnya : “**Memiliki Rumah Kuno Warisan Budaya Anak Cucu**”, yang divisualkan dengan jelas suatu tampilan/ sudut gambar yang best veiew dari detail keindahan tampilan fasade sebuah rumah dan ukir-ukirannya.



**Gambar 09 :**

**Deretan tanda verbal pada kode narasi**

Kode simbolik pada aspek pertentangan dua unsur terlihat pada tanda visual atau ikon tampilan rumah kuno tersebut, yaitu tampilan rumah yang berada dibawah baying/bayang yang melambangkan produk usaha pelestarian yang harus dimulai dari sekarang dan hasilnya adalah tampilan dengan ‘clear’ suatu rumah

tinggal yang merupakan hasil yang diharapkan dimasa depan.

Kode narasi yaitu kode yang mengandung cerita terlihat pada teks headline : “Lestari Rumahku – Lestari Budayaku”. Dan “Memiliki Rumah Kuno Warisan Budaya Anak Cucu”.

Kajian makna Denotatif dan Konotatif dari teks tersebut adalah :

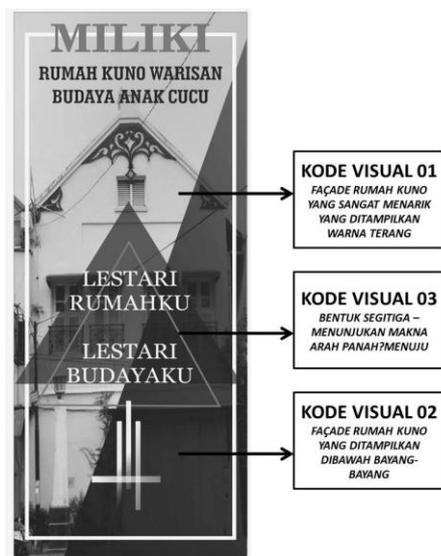
- Kata “**Lestari**” secara denotatif (berdasarkan tinjauan kamus) berarti Lestari berarti tetap seperti keadaannya semula; tidak berubah; bertahan; kekal. Melestarikan berarti menjadikan (membiarkan) tetap tidak berubah; membiarkan tetap seperti keadaan semula; mempertahankan kelangsungan (hidup dan sebagainya): kita perlu ~ peninggalan sejarah. Pelestari berarti orang dan sebagainya yang menjaga hewan, hutan, lingkungan, dan sebagainya supaya lestari: *para ~ lingkungan khawatir kalau-kalau tempat pembiakan kupu-kupu akan rusak*. Pelestarian berarti (1) proses, cara, perbuatan melestarikan; (2) perlindungan dari kemusnahan atau kerusakan; pengawetan; konservasi: ~ *sumber-sumber alam*; (3) pengelolaan sumber daya alam yang menjamin pemanfaatannya secara bijaksana dan menjamin kesinambungan persediaannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas nilai dan keanekaragamannya; ~ *alam upaya pengelolaan sumber daya alam beserta ekosistemnya dengan tujuan mempertahankan sifat dan bentuknya, perubahan yang terjadi dikendalikan oleh alam; ~ energi upaya mempertahankan keberadaan energi, baik sifat maupun bentuknya; ~ luar kawasan pelestarian terhadap satwa atau tumbuhan di luar habitat alaminya; ~ pemanfaatan upaya mempertahankan sifat bermanfaat yang berkesinambungan; ~ spesies upaya mempertahankan keberadaan suatu spesies tumbuhan atau satwa dengan menyerahkan perkembangannya pada alam; ~ sumber daya alam upaya pengelolaan sumber daya alam dengan tujuan mempertahankan sifat dan bentuknya, perubahan yang terjadi diserahkan atau dikembalikan pada alam* kelestarian/ke·les·ta·ri·an/ *n* keadaan yang tetap seperti semula; keadaan yang

tidak berubah-ubah: *kita harus selalu menjaga ~ alam.* (KBBI, Pengertian Lestari, 2016)

- Kata “lestari” memiliki arti konotatif adalah usaha membuat kebiasaan perlindungan terhadap milik barang pribadi atau asset Negara untuk kepentingan masa depan.
- Sedangkan makna denotatif kata “memiliki” berarti (1) mempunyai: ia sudah tidak - orang tua lagi; (2) mengambil secara tidak sah untuk dijadikan kepunyaan: ia dipersalahkan karena - senjata api. Milik, berarti (1) kepunyaan; hak; (2) peruntungan; nasib baik: dasar -- , barangnya yang hilang akhirnya ditemukan lagi. Milik bersama, berarti pemilikan bersama atas jumlah kekayaan dengan syarat jika salah seorang meninggal, pemiliknya sepenuhnya beralih kepada yang masih hidup; Milik pribadi , berarti barang yang dimiliki oleh seseorang dan sepenuhnya dapat dipindahtangankan oleh pemiliknya (Wikipedia, Pengertian Memilki, 2016).
- Makna denotatif kata “rumah kuno” dalam suatu referensi, berasal dari Kosa kata Graha berasal dari bahasa kuno Sansekerta "grha" yang berarti "bangunan" / "rumah" / "tempat tinggal". Sedangkan menurut Wikipedia, kata Graha berasal dari bahasa kawi yang digunakan di pulau Jawa pada zaman dahulu yang artinya rumah. Dalam bahasa Indonesia arti graha adalah rumah. Dalam bahasa Sansekerta, yang merupakan bahasa digunakan dalam penulisan kitab suci agama Hindu, yakni kitab Weda, kata "grha". Graha dalam bahasa Jawa yang disunting dari bahasa kawi yang juga digunakan di pulau Bali, dimana dapat juga diartikan sebagai gerhana, planet, roh jahat atau buaya. Arti graha yang seringkali digunakan adalah arti dalam bahasa kawi yang hidup di Jawa yang artinya rumah. Dalam perkembangannya graha diartikan sebagai rumah mewah, rumah besar, rumah yang indah, singgasana. Demikian juga diartikan gedung yang mewah sehingga sering digunakan untuk nama tempat yang bagus, misalnya; Graha Segara, Bina Graha, Graha Pusaka, Graha Sampoerna, dan sebagainya. Banyak perusahaan yang juga menggunakan nama graha untuk memberi nama pada pendirian perusahaannya. Sejumlah gedung serbaguna pun banyak yang menggunakan kata Graha sebagai awalan nama dari gedung tersebut.
- Sebagai contoh, perumahan Graha Dewata yang berlokasi di Malang juga dipakai untuk memberikan kesan sebuah perumahan (Graha) yang bernuansakan pulau Dewata (Bali). Sedangkan sejumlah versi lain juga mengungkapkan bahwa penggunaan kata Graha seringkali tidak sesuai dengan acuan yang terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dimana kosa kata Graha dianggap sebagai salah satu ke-salah-kaprah-an dalam pemakaian bahasa. (Wikipedia, pengertian Rumah Kuno, 2011)
- Secara spesifik denotatif “kuno” adalah 1 lama (dari zaman dahulu); dahulu kala: barang-barang --; 2 kolot; tidak modern: pendapat -- harus ditinggalkan (Wikipedia, Pengertian Kuno, 2016).
- Dan terakhir makna denotative kata “anak cucu” adalah Anak Cucu adalah sebuah ungkapan garis keturunan dalam Bagan silsilah Keluarga. Anak merupakan garis keturunan pertama sedangkan cucu merupakan garis keturunan kedua. Kata istilah Anak Cucu merupakan ungkapan resmi dalam Bahasa Indonesia.
- Anak cucu - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas (Wikipedia, Pengertian Anak Cucu, 2016).
- Makna konotatif dari rangkaian kedua kalimat tersebut adalah usaha melestarikan suatu budaya yang seyogyanya dimulai dari diri sendiri untuk kepentingan generasi mendatang.
- Kode Kebudayaan tersirat pada pengaruh psikologis yang berhubungan dengan minat sedangkan pengaruh sosial budaya yaitu pengaruh yang berhubungan dengan gaya hidup, etika, dan estetika. Poster ILM ini membawa pengaruh psikologis, untuk menyadarkan masyarakat akan kondisi dan potensi wisata yang ada di kawasan Kota Lama kota Semarang yang sejauh ini semakin mengalami kerusakan yang bertambah parah, kepemilikan tidak jelas,

berbagai aksi terkendali satu kepemilikan sah. Maka lewat kepedulian ‘memiliki’ usaha pelestarian diharapkan terjagalah budaya kita yang bagus ini untuk kgenerasi yang akan datang.

- Makna naratif dan visual, dipertegas dengan kode verbal pada poster ini, yaitu “**Lestari Rumahku – Lestari Budayaku**”, yang mempertegas bahwa untuk melestarikan suatu budaya suatu daerah perlu dilakukan diawali dari melestarikan rumah kita sendiri.



**Gambar 10 :**  
**Ragam tanda visual pada poster “Lestari Rumahku – Lestari Budayaku”.**

Kajian 3 (tiga) tanda visual dari poster ini adalah (lihat gambar 10) :

- Tanda visual pertama berupa ikon bangunan cagar budaya (tampilan fasade rumah kuno yang antic- dengan memperlihatkan detail ukirannya pada ujung bangunannya. Tampilan ini menggambarkan salah satu produk dari hasil melestarikan suatu bangunan kuno, maka tampilan bangunan kuno masih tetap ‘clear’ di era mendatang, sehingga masih dapat dinikmati generasi mendatang/ anak cucu, bahkan lebih jelas lagi dapat dinikmati para wisatawan yang melihat keberadaan bangunan tersebut.
- Diantara tampilan rumah yang sebagian tertutup bayang-bayang (silhoete hitam, terdapat dua bentuk segitiga. Berupa segitiga yang dibentuk oleh garis merah ataupun segitiga dari bentuk bidang warna

hitam transparan. Makna dari segitiga ini terlihat kearah mana posisi segitiga tersebut? Yaitu menunjukkan dari arah bawah keatas. Pada bagian bawah merumakan tanda visual yang ketiga (rumah dalam bayangan gelap).

Dengan demikian terdapat hubungan yang erat antara tanda verbal dan tanda visual. Tanda verbal mempunyai konotasi bahwa tanda segitiga, sebenarnya usaha atau aksi untuk menunjukkan usaha yang dilakukan sekarang, yaitu lewat melestarikan bangunan yang kuno (berpenampilan gelap/jelek) untuk menjadi bangunan yang bernampilan bersih dan menarik sehingga minat wisatawanpun akan tertarik.

Dari analisis ILM diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa tanda bermakna sebagai pengetahuan yang menekankan perlunya kepedulian pelestarian terhadap obyek cagar budaya mulai dari sekarang sehingga bermanfaat untuk menjadi obyek pariwisata saat ini bahkan esok bagi anak cucu kita kelak. Dalam mengeksplorasi obyek wisata ataupun memasyarakatkan kepedulian pada bangunan kuno, tidak bisa sekedar slogan pelestarian atau aksi konservasi yang panjang dan rumit prosedurnya, namun usaha dari diri sendiri demi kepentingan anak cucuk sendiri, merupakan usaha yang tepat dan dapat dimuali dari diri kita sendiri.

#### 4. KESIMPULAN

- Komunikasi visual melalui bentuk poster mempunyai signifikansi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna dari satu atau dua pesan. Dalam hal ini konsep pelestarian dan kepariwisataan ditampilkan secara bersama.
- Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dalam bentuk poster bertema pelestarian obyek wisata di Kawasan Kota lama Kota Semarang, berisi pesan-pesan visual yang persuasive sebagai ajakan kepedulian terhadap aksi pelestarian dan menggiatkan wisatawan untuk berkunjung ke dalam lokasi tersebut.
- Menghidupkan dirinya sendiri, istilah yang tepat dari bentuk revitalisasi obyek wisata.
- Kode kultural dari aspek pengetahuan, memberikan pendidikan tentang segala

sesuatu yang bersifat baik-buruk dari suatu sebab akibat, salah-benar dan jahat-suci. Pendidikan semacam ini sangat diperlukan untuk anak-anak khususnya agar mereka bisa merasakan atmosphere masa depan dunia untuk melestarikan budaya dan kepemilikan obyek fisik (warisan budaya).

- e. Kode Kebudayaan yang tersirat dalam poster juga diarahkan untuk memberi pengaruh yang berhubungan dengan gaya hidup, etika, dan estetika.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Danisworo, M. (1996). *Konsep untuk mewujudkan Keselarasan antara Pertumbuhan, Peremajaan, dan Konservasi dalam Pembangunan Kota*. Bandung: Jurusan Arsitektur ITB.
- Eco, U. (1979). *A theory of Semiotic*. Indiana: Indiana University Press.
- Gramediapustakautama. (2016, - -). *Ragam Poster Obyek Wisata*. Retrieved Juli 2, 2016, from Ragam Poster Obyek Wisata: <http://www.gramediapustakautama.com/books/?bpp=18&oby=Penulis&cat=6216>
- Habsari, S. U. (2016). Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup. *Jurnal PPKM Volume 3 Nomor 2, bulan Mei*, 106-113.
- Indonesia, K. B. (2016, - -). *Raksasa*. Retrieved Juli 11, 2016, from KamusBahasaIndonesia.org: <http://kamusbahasaindonesia.org/raksasa/mirip> - KamusBahasaIndonesia.org
- KBBI. (2016, - -). *Pengerian Tikus*. Retrieved mei 19, 2016, from KBBI versi On-line: <http://kbbi.web.id/tikus>
- KBBI. (2016, - -). *Pengertian Lestari*. Retrieved Mei 22, 2016, from KBBI versi online: <http://kbbi.web.id/lestari>
- Marquis-Kyle, P., & Walker, M. (1992). *The Illustrated Burra Charter: Making Good Decisions About the Care of Important Places*. Canberra: Australian Heritage Commission.
- Nugroho, S. (2014, April 30). *Menulis poster untuk berbagai keperluan*. Retrieved April 20, 2015, from Menulis slogan / poster untuk berbagai keperluan dengan pilihan kata dan kalimat yang bervariasi dan persuasif: <http://sa3yonagespegapa.blogspot.com/2011/04/123-menulis-slogan-poster-untuk.html>
- Nuradi. (1996). *Kamus Istilah periklanan Indonesia*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- online, K. -v. (2016, - -). *Pengertian Jam*. Retrieved Mei 10, 2016, from KBBI versi online: <http://kbbi.web.id/jam>
- online, K.-K. v. (2016, - -). *Pengertian Korupsi*. Retrieved mei 25, 2016, from Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) - Kamus versi online/daring (dalam jaringan): <http://kbbi.web.id/korupsi>
- Pilang, Y. A. (2004). Semiotika Teks : Sebuah Pendekatan Analisis. *Mediator* 5 (2), 189-198.
- poster, s. (2014, September 4). *seputar poster*. Retrieved 3 25, 2016, from seputar poster: <http://posterina.blogspot.com/2014/09/definisi-jenis-jenis-serta-contoh.html>
- Prianto, E. (2016). Handout dan Modul Mata Kuliah TIA: Membuat Poster Pariwisata Kota Lama Semarang. (*dokumentasi-dipublikasikan bagi kalangan terbatas*), 20-30.
- RI, P. (2009). *Undang-undang RI no.10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Pemerintah RI.
- Sanyoto, S. E. (2006). *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Saussure, F. d. (1998). *Pengantar Linguistik Umum (Penterjemah Rahayu S.Hidayat)*. Yogyakarta: Gajagmada University Press.
- Semarang, S. (2016, - -). *Obyek Wisata Kota semarang*. Retrieved April 10, 2016, from Seputar Semarang: [www.seputarsemarang.org](http://www.seputarsemarang.org)
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Subakti, B. (1993). *Sejarah Periklanan Indonesia*. Jakarta: Penerbit Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia.
- Supriyadi, Y. (2013). *Periklanan Perspektif Ekonomi Politik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tinarbuko, S. (2010). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Widagdo. (1993). *Desain: Teori dan Praktek - Seni Jurnal pengetahuan dan Penciptaan Seni*. Yogyakarta: BP ISI.
- Wikipedia. (2011, November -). *pengertian Rumah Kuno*. Retrieved Juni 10, 2016, from Graha: <http://rumah-graha-dewata-malang.blogspot.co.id/2011/11/pengertian-kosakata-graha.html>
- Wikipedia. (2015, - -). *Pengertian Korupsi*. Retrieved Mei 25, 2016, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Korupsi>
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Anak Cucu*. Retrieved mei 2, 2016, from Wikipedia: [https://id.wikipedia.org/wiki/Anak\\_cucu](https://id.wikipedia.org/wiki/Anak_cucu)
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Cagar Budaya*. Retrieved Mei 23, 2016, from Wikipedia: [https://id.wikipedia.org/wiki/Cagar\\_budaya](https://id.wikipedia.org/wiki/Cagar_budaya)
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Jalan*. Retrieved Juli 1, 2016, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/jalan>
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Kanvas*. Retrieved Juli 1, 2016, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Kanvas>
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Kuno*. Retrieved Mei 1, 2016, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/kuno>
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Memiliki*. Retrieved Juni 2, 2016, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/memiliki>
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Pariwisata*. Retrieved Juli 1, 2016, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata>
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Punah*. Retrieved Mei 24, 2016, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/punah>
- Wikipedia. (2016, - -). *Pengertian Zaman*. Retrieved mei 25, 2016, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/zaman>
- Williamson, J. (1984). *Decooding Advertisement, Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars Publisher Ltd.
- Zoest, A. v. (1993). *Semiotika tentang tanda, cara kerjanya dan apa yang kita lakukan dengannya ( Penerjemah Ani Soekowati)*. Jakarta: Yayasan Sumber Agung.