

POSTER “CEGAH COVID’19 VARIAN OMICRON” SEBAGAI SARANA EDUKASI MASYARAKAT (ANALISIS SEMANTIK – SEMIOTIK)

I Gusti Ayu Nila Wijayanti

Institut Desain dan Bisnis Bali

lga.nilawijayanti@gmail.com

Received : February, 2022

Accepted : March, 2022

Published : March, 2022

Abstract

Humans use language as a communication tool to speak, exchange information both verbally and in writing, to convey messages and intentions to others. Compared to the spoken variety, the written variety prioritizes clarity of sentence structure, because the written variety is not accompanied by gestures, glances and nods as affirmative signs as found in the spoken variety. In the variety of writings, the high and low are not described pitch or short length of sound that can give rise to nuances of meaning. Therefore, sentences in written variety for careful speakers are often reviewed, and edited before being presented in their final form (Muji, 1997:49). Among the very diverse communication media today, posters are one of the many ways to communicate messages to the general public. Posters are considered to have the easiest way to convey information, campaign for something, educate, as a propaganda tool, by combining layout and design to convey messages to the general public. So no wonder posters can also be called the art of conveying messages. Early posters were intended to convey information in pictorial form for easy understanding by illiterate people in the 1700s. Initially the posters were in the form of advertisements or circulars written on wooden boards or walls. This happened in Greece and Italy. The exact time is not quite clear. The posters developed today cannot be separated from the old posters discovered by Aloys Senefelder, in Munich in 1798. <https://indonesiamendesain.com/2020/06/30/sudah-tahukah-kamu-sejarah-poster-dan-apa-saja-poster-yang-menarik-yuk-baca>. According to Nana Sudjana and Ahmad Rivai (2010: 51), the notion of a poster is a visual combination of a strong design, with color, and a message, where the aim is to capture the attention of the viewer and for a long time to instill meaningful ideas in his memory. The Ministry of Education and Culture (1988: 50) states that the notion of a poster is a medium consisting of a very simple word or symbol, and generally contains suggestions or prohibitions. The purpose of this study was to find the meaning of semiotic semantics on the posters for preventing covid'19 variants of Omicron obtained from the internet, and the data used from the internet was limited to only 3 posters and analyzed using Ferdinand de Saussure's and Charles Sander Peirce theory.

Keywords: Semantic, Semiotic, Poster, Covid'19 Omicron Variant

Abstrak

Manusia menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi untuk bertutur, bertukar informasi baik dengan cara lisan maupun tertulis, untuk menyampaikan pesan dan maksud kepada orang lain. Dibandingkan ragam lisan, ragam tulisan lebih mengutamakan kejelasan struktur kalimat, karena ragam tulis tidak disertai dengan gerak gerik, pandangan dan anggukan sebagai tanda penegas seperti yang terdapat pada ragam lisan. Dalam ragam tulisan tidak digambarkan tinggi rendahnya nada atau panjang pendeknya suara yang dapat menimbulkan nuansa arti. Oleh karena itu, kalimat dalam ragam tulis bagi penutur yang cermat sering dikaji, dan disunting sebelum disajikan dalam bentuk yang terakhir (Muji, 1997:49).

Diantara media komunikasi yang sangat beragam saat ini, poster merupakan salah satu dari sekian banyak cara mengkomunikasikan pesan kepada khalayak ramai. Poster dinilai memiliki cara paling mudah untuk menyampaikan informasi, mengkampanyekan sesuatu, mengedukasi, sebagai alat progaganda, dengan mengkombinasikan layout dan desain untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ramai. Maka tak heran poster juga bisa disebut sebagai seni menyampaikan pesan. Awal pembuatan poster dimaksudkan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk bergambar agar mudah dimengerti oleh orang buta huruf pada tahun 1700-an. Awalnya poster-poster itu berbentuk iklan atau surat edaran yang ditulis di papan kayu atau dinding. Ini terjadi di Yunani dan Italia. Waktu yang tepat tidak cukup jelas. Poster-poster yang dikembangkan hari ini tentunya tidak dapat dipisahkan dari poster-poster lama yang ditemukan oleh Aloys Senefelder, di Munich pada tahun 1798. <https://indonesiamendesain.com/2020/06/30/sudah-tahukah-kamu-sejarah-poster-dan-apa-saja-poster-yang-menarik-yuk-baca>. Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (2010:51), pengertian poster adalah kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan, dimana tujuannya untuk menangkap perhatian orang yang melihatnya dan cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya. Depdikbud (1988:50), menyatakan bahwa pengertian poster adalah suatu media yang terdiri dari lambang kata atau simbol yang sangat sederhana, dan pada umumnya mengandung anjuran atau larangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan makna semantik semiotik pada poster cegah covid'19 varian omicron yang diperoleh dari internet, serta data yang dipergunakan dari internet terbatas hanya 3 poster serta dianalisa dengan menggunakan teori dari Ferdinand de Saussure dan teori dari Charles Sander Peirce.

Kata Kunci : Semantik, Semiotik, Poster, Covid'19 Varian Omicron

1. PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2019 dan beranjak ke awal tahun 2020 seluruh dunia dibuat terhentak oleh salah satu kasus terbesar dimana semua umat manusia mengalami pandemi yang berasal dari virus yang dikenal dengan nama Corona Virus atau Covid'19. Penyakit virus corona (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Sebagian besar orang yang tertular covid 19 akan mengalami gejala ringan hingga sedang, namun ada juga sebagian orang yang tertular covid-19 tersebut akan mengalami sakit parah dan menyebabkan kematian sehingga dibutuhkan penanganan medis yang tepat. Seluruh dunia turun tangan untuk memulihkan perekonomian di segala aspek, memberikan vaksin dari perkotaan hingga ke pelosok, vaksin diberikan untuk usia rentan yaitu lansia, usia produktif, hingga anak-anak, karena tidak bisa dipungkiri, pandemi ini meluluh lantakkan seluruh sektor, dari pendidikan, pertanian, properti, pariwisata, perbankan dan lain-lain. Tidak berhenti disitu saja, virus ini juga dikatakan bermutasi dari Delta hingga saat ini varian terbaru yang ditemukan yaitu mutasi virus corona yang dikenal dengan Omicron. Virus corona yang bermutasi menjadi Omicron ini teridentifikasi masuk ke Indonesia sejak tanggal 16 Desember 2021. Dari data sebaran omicron di Indonesia per tanggal 15 Januari 2022 transmisi omicron sebanyak 748 kasus dan sebagian besar datang

dari PPLN yaitu Pelaku Perjalanan Luar Negeri sebanyak 569 kasus. Sedangkan transmisi lokal sudah ada sebanyak 155 kasus. *MetroTvNews; 18 Januari 2022.*

Poster merupakan media komunikasi berbentuk visual berisi gambar dan tulisan kemudian kombinasi dari kedua hal tersebut memiliki tujuan untuk mengajak ataupun memberikan himbauan kepada masyarakat untuk melakukan sesuatu seperti yang ada pada gambar dan tulisan tersebut. Biasanya poster ditempelkan pada bidang berukuran besar, sehingga poster juga bisa sebagai sarana untuk mempromosikan jenis produk, kegiatan sosial, pendidikan dan lainnya. Poster dinilai sebagai salah satu media komunikasi visual yang paling mudah dimengerti orang banyak karena poster menjelaskan sesuatu melalui gambar dan tulisan secara gamblang dan terbuka. Namun saat ini banyak kemunculan poster yang dirasa terlalu marak akan tulisan serta gambar yang susah untuk dimengerti oleh para khalayak ramai, maka tak jarang poster hanya akan dianggap seonggok gambar tak memiliki arti sehingga pesan baik gambar dan tulisan pada poster tidak tersampaikan. Kemunculan poster yang seperti diatas merupakan salah satu hal yang menarik untuk diteliti karena penggunaan bahasa tulisan dalam poster juga merupakan hal yang sangat penting. Jika tulisan dalam poster tersebut mudah untuk dimengerti oleh sebagian orang,

maka bukan hal yang tidak mungkin, tulisan dalam poster juga tidak bisa dimengerti oleh sebagian orang yang lain. Maka dari itu, sangat penting untuk mengedukasi atau memberikan pemahaman ragam tulisan yang terdapat pada poster sehingga tidak terjadi gagal paham oleh masyarakat umum.

2. MASALAH, TUJUAN, METODE DAN TEORI

Berangkat dari penjelasan tersebut diatas, penulis mencoba meneliti permasalahan pada poster yang tentu saja tidak lepas dari penggunaan teori semantik dan semiotik. Semiotik sendiri merupakan salah satu bagian dari ilmu semantik. Hal ini bertujuan untuk menyamakan persepsi antara penggunaan bahasa tulisan pada poster serta kaitannya dengan gambar pada poster yang akan dibahas. Penulis memilih tiga macam poster virus corona varian omicron serta meneliti makna semantik semiotik pada poster tersebut. Menggunakan poster sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat merupakan hal yang sangat efektif, karena seperti kita ketahui, virus corona telah menjangkiti seluruh dunia serta bermutasi menjadi beragam varian virus yang tentu saja sangat membahayakan masyarakat dunia saat ini. Dalam berbagai poster juga banyak ditemukan penyimpangan dalam penggunaan bahasa Indonesia. Kesalahan penggunaan bahasa pada unsur tertentu biasanya terdapat pada unsur semantik – semiotik. Kesalahan semantik semiotik acap kali dilakukan oleh dwibahasawan yang terkadang menggabungkan penggunaan bahasa lain selain bahasa Indonesia dengan menyelipkan bahasa yang tidak memenuhi standar atau kaidah berbahasa yang baik dan benar.

Penulis menggunakan metode catat simak serta menggunakan teori semiotik dan semantik dari Ferdinand de Saussure, serta Charles Sander Peirce. Dalam buku *Semiotika Visual* yang ditulis oleh Sumbo Tinaburko, ia menyatakan bahwa semiotika memiliki dua tokoh yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913) serta Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak saling mengenal satu dengan yang lain. Diketahui Ferdinand de Saussure mengembangkan ilmu tersebut di Eropa dan Peirce di Amerika Serikat. Saussure memiliki latar belakang keilmuan Linguistik sedangkan Peirce memiliki latar bidang keilmuan Filsafat. Saussure

mengembangkan ilmu yang dimilikinya dengan sebutan Semiology. (Sumbo Tinaburko, *Semiotika Komunikasi Visual*, Penerbit Jalasutra, Yogyakarta, 2008:11). Semiology Saussure menyatakan bahwa dimana ada tanda, disana ada system. Terdapat lima pandangan Saussure tentang prinsip dasar semiotika yaitu: Signifier (penanda) dan signified (petanda), kedua yaitu Form (bentuk) dan Content (isi), kemudian yang ketiga yaitu Langue (bahasa) dan Parole (tuturan, ujaran), keempat yaitu Synchronic (sinkronik) dan Diachronic (diakronik) serta yang terakhir yaitu Syntagmatic (sintagmatik) dan Assosiative (paradigmatik). Kemudian Peirce menamakan ilmunya sebagai Semiotika (Semiotics) dimana ia menyatakan bahwa penalaran manusia dilakukan dengan tanda. Dalam pandangan Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati dan dapat dibuat teramati dapat disebut tanda. Karena itu tanda tidak terbatas pada suatu benda. Adanya sebuah peristiwa, tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, kebiasaan, dan lainnya dapat disebut sebagai tanda seperti contoh, sebuah kebiasaan makan, tidur, sebuah kata maupun keheningan, isyarat tangan, mata, bibir, gerakan tubuh ataupun syaraf, dan masih banyak lagi semua dianggap sebagai tanda. Tidak ada yang mengetahui secara pasti kapan poster mulai di buat, diperlihatkan ataupun dipajang. Tidak ada catatan pasti mengenai hal ini, serta tidak pula diketahui poster apa yang pertama kali di pamerkan di masyarakat. Seiring perkembangan jaman, poster membutuhkan unsur unsur yang lain yaitu ilustrasi, pewarnaan, kreatifitas yang mumpuni dan intuisi sehingga apa yang ada pada poster bisa tersampaikan dengan baik serta tepat sasaran.

Semantik-semiotik merupakan tinjauan tentang sistem tanda yang dapat sesuai dengan arti yang disampaikan. Dalam bahasa, semantik-semiotik merupakan perwujudan makna yang ingin disampaikan oleh penuturnya dan disampaikan melalui ekspresi wujudnya. Wujud tersebut akan dimaknai kembali sebagai suatu hasil persepsi oleh pendengarnya. Perwujudan makna suatu bahasa dapat dikatakan berhasil jika makna atau „arti“ yang ingin disampaikan oleh penutur melalui kalimatnya dapat dipahami dan diterima secara tepat oleh pendengarnya, jika ekspresi yang ingin disampaikan penuturnya sama dengan persepsi pendengarnya. Poster memiliki karakteristik

berupa lukisan atau gambar yang menyampaikan suatu pesan atau ide tertentu. Dibuat dalam ukuran besar, menggunakan kata-kata efektif, sugestif, dan mudah diingat menggunakan variasi bentuk huruf dan variasi warna yang menarik serta sederhana, tetapi mempunyai daya tarik dan daya guna maksimal.

3. PEMBAHASAN

Poster merupakan salah satu media untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada masyarakat baik itu berbentuk ajakan, himbauan, berisi gambar serta tulisan yang di desain serta dipajang pada tempat tempat yang strategis sehingga mudah dijumpai oleh khalayak ramai seperti misalnya pasar, jalan utama, serta tak jarang memiliki tujuan komersil. Namun seiring perkembangan jaman, Poster saat ini tidak hanya ditemukan pada tempat ramai ataupun terpampang di jalan raya. Maraknya penggunaan gadget, baik telepon genggam, laptop, serta mudahnya masyarakat mengakses apapun dan dimanapun melalui internet, maka serta merta bisnis, pendidikan, periklanan, dan lainnya, maka tak pelak poster pun merambah ke dunia digital. Bebasnya akses internet terkadang tidak dibarengi oleh kecerdasan penggunaanya, maka sangat penting untuk menggunakan media internet dengan bijak serta memiliki pemahaman yang baik. Dalam hal ini, poster sebagai media komunikasi tak jarang menjadi sebuah perdebatan karena adanya ketidak mengertian dari masyarakat akan isi dari poster tersebut, sehingga dibutuhkan kemampuan bahasa yang baik dan benar dari para pembuat/desainer poster.

Data Poster

Berikut merupakan pembahasan poster yang ditilik dari tanda dari semantik dan semiotik yaitu berupa kode, gambar, bentuk, rupa dan warna.

Poster 1.

Teks poster : Heboh Delmicron
Visual : Gambar beberapa ilmuwan yang meneliti dua jenis virus yang terbelah menjadi dua, kemudian diatas ilmuwan tersebut terdapat dua jenis virus ganas yang ingin terlepas dari satu dengan yang lain.
Analisis poster : poster pertama yang digunakan oleh penulis diperoleh dari internet

dengan sumber <https://www.google.com/search?q=poster+omicron+cnbc&tbm=isch&ved> pada tahun 2022, berisi ragam tulisan dan warna. Makna semantik terdapat pada latar belakang warna merah pada poster ini yaitu kode simbolik, yang berarti kewaspadaan atau peringatan yang disampaikan oleh CNBC dimana CNBC merupakan salah satu media bisnis dan ekonomi yang menyajikan berita terkini, riset dan analisis mendalam. Gambar virus yang membelah diri menjadi dua merupakan kode hermeunetik yang memberikan arti kepada masyarakat bahwa virus corona ini telah menjadi beberapa varian. Namun istilah **Delmicron** ini dianggap oleh masyarakat merupakan salah satu varian baru yaitu gabungan antara virus delta dan omicron, padahal pada poster tersebut tertera "istilah delmicron tersebut mengacu pada situasi, bukan varian virus baru." Adanya ketidak samaan persepsi antara gambar, judul **Heboh Deltacron** serta narasi yang ditulis tersebut dapat memicu kesalah pahaman pada pembaca poster. Maka sangat penting untuk mengedukasi masyarakat bahwa poster tersebut dapat dibuat lebih sederhana dengan sedikit ulasan dan tulisan yang lebih mudah dimengerti, jenis teks yang digunakan juga sebaiknya menggunakan warna yang lebih terang, sehingga tidak terkesan bertele tele ataupun berlebihan.



<https://www.google.com/search?q=poster+omicron+cnbc&tbn=isch&ved>

Poster 2.

Teks Poster : berisi Headline yang tertulis, Beberapa Komorbid Pada Pasien Omicron. Kemudian dibawahnya berisi macam macam penyakit yaitu Diabetes, Hipertensi, Autoimun, Gangguan Saraf, Gangguan Jantung dan lainnya.

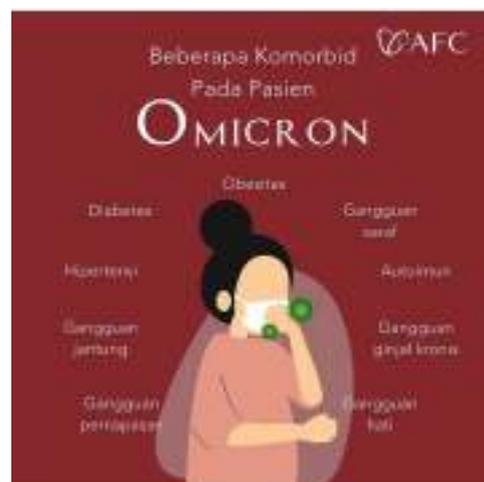
Visual : berisi gambar kartun biasa seorang wanita yang mengenakan masker.

Analisis Poster : Pada gambar berikut diperoleh dari instagram [https://instagram.com/sopsuba_rashi.surabayaa?utm_medium=copy link](https://instagram.com/sopsuba_rashi.surabayaa?utm_medium=copy_link). Kode narasi merupakan kode yang mengandung cerita yang terlihat pada gambar poster kemudian diperjelas dengan teks yang terdapat pada poster, namun dalam hal ini, poster kedua ini tidak menjelaskan secara gamblang apa yang dimaksud dengan "komorbid pada pasien omicron". Disana hanya tertera jenis jenis penyakit yaitu gangguan jantung, gangguan ginjal, gangguan hati, gangguan pernafasan dan lainnya. Komorbid merupakan istilah

kedokteran untuk menunjukkan penyakit penyerta selain penyakit utama yang sedang diderita. Dilansir dari Britannica, komorbid atau komorbiditas biasanya terkait dengan penyakit kronis. Komorbid rentan membuat kondisi kesehatan penderita ketika terkena suatu penyakit menjadi lebih rawan, dan membutuhkan perawatan kesehatan yang lebih kompleks.

<https://health.kompas.com/read/2021/07/15/090100668/apa-itu-komorbid-?page=all>.

Dengan adanya ketidak jelasan antara isi teks headline dengan poster tersebut, maka sangat penting bagi perusahaan ataupun desainer poster memperkuat narasi demi kesesuaian antara poster dengan teks. Dengan teks ataupun tulisan yang tepat, akan memudahkan para masyarakat mengerti dan memahami isi dari poster tersebut. Hal ini juga merupakan sarana untuk mengedukasi masyarakat melalui dengan penggunaan istilah istilah dunia kesehatan ataupun kedokteran, namun tidak lupa menyertakan arti dari istilah tersebut.



Poster 3



- Teks Poster : 39 Sekolah di Jakarta Ditutup, 67 Orang Terpapar Covid. Beberapa Terindikasi Omnicron
- Visual : Pelajar Sekolah Dasar yang mengenakan Masker
- Analisis Poster : Poster ini dikeluarkan oleh media FIN atau Fajar Nusantara [fin.co.id](https://www.instagram.com/p/CY3HjoFFXy2/?utm_medium=copy_link) yang diperoleh dari media sosial instagram https://www.instagram.com/p/CY3HjoFFXy2/?utm_medium=copy_link. Berdasarkan tanda verbal dan visual pada poster ini, ditemukan penggunaan kode hermeunetik pada gambar poster. Mengusung pada judul “39 Sekolah di Jakarta Ditutup” tersebut, kode hermeunetik yang digunakan pada poster digital ini menyampaikan pesan dengan tepat kepada para pembaca, dimana terdapat anak anak sekolah dasar yang menggunakan masker, namun upaya tersebut masih belum cukup, karena virus omicron saat ini lebih cepat menular kepada anak kecil maupun balita. Maka dari itu, untuk meminimalisir penularan virus corona varian omicron ini, pemerintah menetapkan untuk menutup sementara 39 sekolah di Jakarta. Kode semantik pada poster ini dapat dilihat pada bagian

background teks, dimana poster digital ini menggunakan dasar warna hitam yang berarti kesuraman, kesedihan, serta warna dasar merah pada tulisan “ditutup” pun memiliki arti kewaspadaan. Adanya kesalahan penulisan “Omicron” pada bagian bawah teks dapat mengundang kesalah pahaman bagi audience, karena sebagai salah satu media informasi, Fin atau Fajar Nusantara seharusnya lebih teliti dalam membuat tulisan ataupun Headline dalam salah satu beritanya, agar tidak terjadi kesimpang siuran informasi dan menimbulkan pertanyaan, apa sebenarnya nama varian baru ini, “omicron” ataukah “omnicron”.

SIMPULAN

Berdasarkan dari ketiga penelitian terhadap poster diatas, dapat ditemukan adanya persamaan yaitu semua desain dari poster tersebut menjadi sarana komunikasi visual ke masyarakat. Dalam giatnya serta gencarnya semua lini usaha untuk memerangi virus corona yang telah bermutasi menjadi varian omicron ini, poster baik digital maupun non digital dianggap mampu memberikan informasi ke masyarakat atau audience. Diketahui, omicron ini masih membuat lonjakan pandemi di tahun 2022, serta membuat pemerintah kembali menutup banyak tempat usaha, membatasi jam buka pada ruang publik serta kembali membuat anak anak serta pegawai belajar maupun bekerja dari rumah.

Ragam poster baik yang kita temui langsung ataupun melalui media sosial yang biasa disebut poster digital juga memiliki andil yang besar dalam meng-edukasi masyarakat terhadap pentingnya bahaya omicron serta pentingnya protokol kesehatan. Namun tidak jarang ditemui, dalam desain poster tersebut, para kreator tidak serta merta menyusun teks atau tulisan guna mendukung desain poster mereka. Kecenderungan para kreator tidak menggunakan akidah bahasa yang baik dan

benar pada desain poster tersebut, akan menimbulkan kesalah pahaman atau kontradiksi dalam masyarakat sebagai penerima informasi.

Maka dari itu, dalam desain poster yang secara visual dibuat semenarik mungkin, ada baiknya pula bahasa atau ragam tulisan yang digunakan pun menggunakan bahasa yang baik, mudah dimengerti sehingga informasi yang diberikan pada poster menjadi berguna dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Yanti. 2015. Simulasi Realitas Sosial Melalui Media Sosial dan Aplikasi Instant Messaging di Cyberspace. *Jurnal Komunikasi Profetik* Vol.8. Yogyakarta:Prodi Ilmu Komunikasi.

Budiman, Kris. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Buku Baik, 2004.

Fiske, J. 2011. *Cultural and Communications Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Peirce, Charles Sanders. 1982. "Logic as Semiotics: The Theory of Sign". Bloomington: Indiana University Press.

Sofiansyah, Deni. 2010. Skripsi: *Analisis Semiotik Pada Poster Anti Merokok Departemen Kesehatan R.I.* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta