



(Sumber: Detik.com)

Judul Skripsi:

**REPRESENTASI FOTO KAMPANYE CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL PRESIDEN PADA MAJALAH TEMPO EDISI 19 – 25 NOVEMBER 2018 (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan  
Dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Arvy Verian

NIM : 1510411090



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**2019**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Arvy Verian

NIM : 1510411090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 Juli 2019

Yang menyatakan,



Arvy Verian

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Arvy Verian

NIM : 1510411090


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Representasi Foto Kampanye Calon Presiden Dan Wakil Presiden  
Pada Majalah Tempo Edisi 19 – 25 November 2018 (Analisis  
Semiotika Charles Sanders Peirce)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing Utama



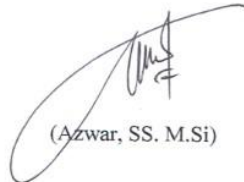
(Dr. Ilona Vicenovie Oisina, M.Si)

Pembimbing Pendamping



(Iswahyuni Adil, MM.)

KETUA PROGRAM STUDI



(Azwar, SS. M.Si)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa, atas hikmat dan rahmat-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Representasi Foto Kampanye Calon Presiden Dan Calon Wakil Presiden Pada Majalah Tempo Edisi 19 – 25 November 2018 (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)”**. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan yang baik ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi serta menemani peneliti sehingga terselesainya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. R. Dudy Heryadi Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Dr. Ilona Vicenovie Oisina, M.Si Sebagai pembimbing utama skripsi. Terima kasih untuk bimbingan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Anter Venus MA Comm, Sebagai pembimbing utama skripsi jilid 1. Terima Kasih untuk bimbingannya.
4. Ir. Iswahyuni Adil, MM Sebagai pembimbing pendamping skripsi. Terima kasih untuk bimbingan penulisan skripsi ini
5. Yuliani Widianingsih M.Si sebagai pembimbing pendamping skripsi jilid 1. Terima kasih untuk bimbingannya.
6. Dr. Wahidah R. Bulan M.Si sebagai dosen pembimbing akademik. Terima kasih untuk proses pembimbingan akademik peneliti.
7. Keluarga Peneliti, papa, mama dan adik yang selalu memberikan dorongan motivasi dan doa kepada peneliti.

---

8. Sieska Dewi Sumendap sebagai *Line Manager Retail Banking Strategic Planning and New Initiatives Management Program Commonwealth Bank Indonesia*. Terima kasih telah menjadi mentor dan coach peneliti di dunia perbankan.

9. Sahabat Ipilbasjok. Terima kasih telah memberikan warna kepada peneliti dalam dunia perkuliahan.

10. Teman – teman Komunikasi 2015 dan Konsentrasi *Public Relations*. Terima kasih atas dorongan support dan doa kepada peneliti

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap mendapatkan saran dan kritik yang bersifat membangun agar skripsi ini dapat lebih baik. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat untuk para pembaca sekalian. Amin.

Jakarta, 26 Juli 2019

Peneliti,



Arvy Verian

---

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arvy Verian  
NIM : 1510411090  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“REPRESENTASI FOTO KAMPANYE CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL PRESIDEN PADA MAJALAH TEMPO EDISI 19 – 25 NOVEMBER 2019 (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)”.**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*). Merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Arvy Verian

REPRESENTASI FOTO KAMPANYE CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL  
PRESIDEN PADA MAJALAH TEMPO EDISI 19 – 25 NOVEMBER 2018  
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)

ARVY VERIAN

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang representasi dari empat foto kampanye calon presiden dan wakil presiden yang terdapat pada majalah Tempo edisi 19 -25 November 2018. Penelitian ini adalah merepresentasikan empat foto kampanye calon presiden dan wakil presiden dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Peneliti menganalisis masing – masing foto kampanye tersebut dengan tiga trikotomi yang dikemukakan oleh Semiotika Charles Sanders Peirce yaitu *Sign (Qualisign, Sinsign dan Legisign)*, *Object (Ikon, indeks, dan simbol)* dan *Representament (rhema, decisign dan argument)*. Dalam merepresentasikan foto kampanye Joko Widodo, majalah Tempo tampak ingin merepresentasikan seorang Joko Widodo yang dekat tanpa jarak dengan tim kampanye yang tergambar dalam foto kampanye tersebut. Sedangkan untuk representasi Ma'aruf Amin dalam majalah Tempo direpresentasikan sebagai seorang ulama besar di Indonesia. Sedangkan untuk representasi foto kampanye Prabowo Subianto, majalah Tempo merepresentasikan seorang Prabowo Subianto sebagai seorang yang mempunyai kedekatan dan arah koalisi antara Prabowo Subianto dengan Susilo Bambang Yudhoyono. Dan untuk representasi Sandiaga Uno majalah Tempo merepresentasikan seorang Sandiaga Uno yang membranding dirinya sebagai generasi Millennial dan dekat dengan kalangan kaum perempuan .

**Kata Kunci :** Representasi, Semiotika Charles Sanders Peirce, Foto Kampanye, pasangan Joko Widodo – Ma'aruf Amin dan Prabowo Subianto – Sandiaga Uno, Majalah Tempo

*THE REPRESENTATION OF CAMPAIGN PHOTOGRAPH CANDIDATES  
PRESIDENT AND VICE PRESIDENT IN TEMPO MAGAZINE 19 – 25 NOVEMBER  
2018 (Analyst Semiotics Of Charles Sanders Peirce)*

**ARVY VERIAN**

***Abstrack***

*This study discusses the photo representation of the presidential and vice-presidential candidates' campaigns related to Tempo edition 19-25 November 2018. This study discusses the campaign photos of presidential and vice-presidential candidates using Charles Sanders Peirce's semiotic analysis. The researcher analyzed each of the campaign photos with three trichotomies put forward by Charles Sanders Peirce's Semiotics namely Signs (Qualisign, Sinsign and Legisign), Objects (Icons, indexes, and symbols) and Representations (rhema, decisign and arguments). In representing the photo of Joko Widodo's campaign, Tempo magazine seemed to want to represent Joko Widodo who was close without distance to the campaign team pictured in the campaign photo. Meanwhile for representation Ma'aruf Amin in Tempo magazine was represented as a great ulama in Indonesia. While to represent the campaign photo of Prabowo Subianto, Tempo magazine represented Prabowo Subianto as having the coalition's direction and direction between Prabowo Subianto and Susilo Bambang Yudhoyono. And to represent Sandiaga Uno Tempo magazine represents a Sandiaga Uno who compares himself to the Millennials and is close to women.*

***Keywords :*** Representation, Semiotics of Charles Sanders Peirce, foto Campaign Photograph, Joko Widodo – Ma'aruf Amin dan Prabowo Subianto – Sandiaga Uno, Tempo Magazine

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Signifikasi Penelitian .....	1
I.2 Fokus Penelitian.....	4
I.3 Tujuan Penelitian .....	4
I.4 Manfaat Penelitian .....	5
I.4.1 Manfaat Akademis.....	5
I.4.2 Manfaat Praktis.....	5
I.5 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
II.1 Penelitian Terdahulu.....	7
II.2 Definisi Konsep Penelitian .....	14
II.2.1 Representasi.....	14
II.2.2 Media Massa.....	16
II.2.3 Kampanye.....	17
II.2.5 Majalah .....	18
II.2.6 Foto Jurnalistik .....	20
II.2.7 Konsep Semiotika.....	21
II.2.8 Semiotika Charles Sanders Peirce .....	26
II.4 Kerangka Berpikir .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
III.1 Pendekatan Peneltian .....	30
III.2 Sifat Penelitian .....	30
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
III.4 Unit Analisis Data .....	32
III.5 Teknik Analisis Data.....	33
III.6 Teknik Keabsahan Data .....	35
III.7 Waktu Dan Lokasi Penelitian .....	36

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian ..... 37
IV.1.1	Sejarah Perusahaan Majalah Tempo ..... 37
IV.1.2	Visi dan Misi Majalah Tempo ..... 39
IV.1.3	Profil Majalah Tempo ..... 39
IV.1.4	Struktur Organisasi Majalah Tempo ..... 40
IV.2	Hasil Penelitian ..... 41
IV.2.1	Deskripsi Berita Dan Foto Pada Majalah Tempo ..... 41
IV.2.2	Identifikasi Dan Klasifikasi Tanda ..... 46
IV.2.3	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Foto Kampanye Joko Widodo Pada Majalah Tempo Edisi 19 – 25 November 2018..... 49
IV.2.4	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Foto Kampanye Ma'aruf Amin Pada Majalah Tempo Edisi 19 – 25 November 2018..... 56
IV.2.5	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Foto Kampanye Prabowo Subianto Pada Majalah Tempo Edisi 19 – 25 November 2018..... 62
IV.2.6	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Foto Kampanye Sandiaga Uno Pada Majalah Tempo Edisi 19 – 25 November 2018..... 68
IV.3	Pembahasan..... 73
<b>BAB V PENUTUP</b>	
V.1	Kesimpulan ..... 87
V.2	Saran..... 88
V.2.1	Saran Teoritis ..... 88
V.2.2	Saran Praktis..... 88
<b>DAFTAR PUSTAKA ..... 90</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kesimpulan Dari Penelitian Terdahulu .....	3
Tabel 3.1 Unit Analisis Data.....	25
Tabel 3.2 Trikotomi Semiotika Charles Sanders Peirce .....	26
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian .....	28
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Majalah Tempo .....	29
Tabel 4.2 Identifikasi Tanda Pada Foto Kampanye .....	33
Tabel 4.3 Tabel Identifikasi Tanda Pada Foto Kampanye Joko Widodo .....	36
Tabel 4.4 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Foto Joko Widodo.....	39
Tabel 4.5 Tabel Identifikasi Tanda Pada Foto Kampanye Ma'aruf Amin.....	42
Tabel 4.6 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Foto Ma'aruf Amin.....	47
Tabel 4.7 Tabel Identifikasi Tanda Pada Foto Kampanye Prabowo Subianto .....	54
Tabel 4.8 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Foto Prabowo Subianto .....	59
Tabel 4.9 Tabel Identifikasi Tanda Pada Foto Kampanye Sandiaga Uno .....	64
Tabel 4.10 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Foto Sandiaga Uno .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Segitiga Charles Sanders Peirce .....	3
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	25
Gambar 3.1 Majalah Tempo Halaman 31 .....	26
Gambar 3.2 Majalah Tempo Halaman 32 .....	28
Gambar 3.3 Majalah Tempo Halaman 33 .....	29
Gambar 3.4 Majalah Tempo Halaman 34 .....	33
Gambar 3.5 Segitiga Semiotika Charles Sanders Peirce.....	36
Gambar 4.1 Majalah Tempo Edisi Habibie.....	39
Gambar 4.2 Logo Majalah Tempo .....	42
Gambar 4.3 Foto Kampanye Joko Widodo.....	47
Gambar 4.4 Foto Kampanye Ma'aruf Amin .....	54
Gambar 4.5 Foto Kampanye Prabowo Subianto .....	59
Gambar 4.6 Foto Kampanye Sandiaga Uno .....	64
Gambar 4.7 Majalah Terkait Pemberitaan Kampanye 2019 .....	68
Gambar 4.8 Foto Kampanye Joko Widodo .....	3
Gambar 4.9 Foto Kampanye Joko Widodo.....	25
Gambar 4.10 Foto Kampanye Ma'aruf Amin.....	26
Gambar 4.11 Foto Kampanye Ma'aruf Amin .....	28
Gambar 4.12 Foto Kampanye Prabowo Subianto.....	29
Gambar 4.13 Foto Kampanye Prabowo Subianto.....	33
Gambar 4.14 Foto Kampanye Sandiaga Uno.....	36