

PEMAHAMAN VISUAL SAMPUL DALAM MAJALAH TEMPO PERIODE PEMILIHAN PRESIDEN 2024 TERHADAP KETERTARIKAN MASYARAKAT INDONESIA

Caroline Amorita Eriwin

carolineamor03@gmail.com

Universitas Katolik Soegijapranata
Jl. Pawiyatan Luhur Sel. IV No.1, Bendan Duwur, Kec. Gajahmungkur, Kota
Semarang, Jawa Tengah 50234

Abstrak

Di era digital saat ini, media informasi yang mengandung berita dan informasi dapat dengan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Salah satu media informasi yang berisikan berita yang dapat diakses secara digital adalah majalah. Dalam masa pemilihan presiden tahun 2024, masyarakat Indonesia cukup antusias dan tertarik dalam mengikuti perkembangan politik yang terjadi, termasuk dalam mengikuti berita politik. Salah satu media informasi berita yakni Majalah Tempo kerap kali menjadi perbincangan hangat di media sosial karena visual sampulnya yang mengundang decak positif. Dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai visual sampul Majalah Tempo terhadap respon ketertarikan masyarakat Indonesia yang diposting dalam media sosial X (*Twitter*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan visual sampul Majalah Tempo yang memicu respon ketertarikan masyarakat Indonesia. Metode yang digunakan yakni metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan observasi digital melalui media sosial X. penelitian ini berfokus pada visual sampul yang dikaitkan dengan komentar audiens. Hasil penelitian ini akan menunjukkan bahwa visual Majalah Tempo menarik bagi audiens karena visual yang ditampilkan menerapkan prinsip dan teori desain yang digabungkan dengan seni semiotika, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

Kata Kunci: ilustrasi, sampul majalah, politik, ketertarikan masyarakat.

Abstract

In today's digital era, information media containing news and information can be easily accessed by various groups of people. One of the information media containing news that can be accessed digitally is magazines. During the 2024 presidential election, the Indonesian people are quite enthusiastic and interested in following the political developments that occur, including in following political news. One of the news information media, Tempo Magazine, is often a hot topic on social media because its cover visuals invite positive comments. In this study, the author will discuss the visuals of Tempo Magazine's cover in relation to the response of interest from the Indonesian public posted on social media X (Twitter). The purpose of this study is to determine the

application of Tempo Magazine's cover visuals that trigger a response of interest from the Indonesian public. The method used is a descriptive qualitative method with a digital observation approach through social media X. This study focuses on the cover visuals associated with audience comments. The results of this study will show that Tempo Magazine's visuals are attractive to the audience because the visuals displayed apply design principles and theories combined with semiotic art, so that the message to be conveyed can be conveyed well.

Keywords: illustration, magazine cover, politics, public interest

PENDAHULUAN

Menurut Sobur dalam Ubay (2019), pengertian media informasi dapat didefinisikan sebagai sarana visual yang memuat elemen grafis untuk menangkap dan memproses kembali bermacam informasi visual. Tidak hanya media informasi berupa tulisan yang memuat berita verbal, namun juga media yang menampilkan visual atau gambar yang mengandung pesan.

Pada awalnya, media massa lebih banyak menampilkan data verbal berupa tulisan yang dituangkan dalam sebuah paragraf untuk mendukung informasi yang disajikan. Namun seiring perkembangan zaman, media massa mengkombinasikan data visual berupa gambar dan ilustrasi untuk memperkuat isi berita dan dapat menjadi bukti yang empiris terjadinya suatu peristiwa. Gambar dan ilustrasi dapat memberikan dampak yang baik bagi media massa dan bagi pembaca. Bagi media massa, ilustrasi dapat menjadi sarana untuk menyampaikan pesan atau kritik yang dikemas sesuai kreativitas ilustrator. Sedangkan bagi pembaca, ilustrasi dapat menjadi atensi atau daya tarik dari media massa itu sendiri karena pembaca tidak hanya disajikan teks, namun disertai media gambar yang dapat langsung dipahami.

Eksistensi media gambar dalam hal ini ilustrasi, memiliki daya yang kuat untuk menghasut audiens terkait

pemahaman isi informasi. Meski demikian, ilustrasi dan media gambar tidak hanya menampilkan visual sempurna dari maksud yang ingin disampaikan oleh ilustrator. Terkadang media massa melalui ilustrator menuangkan karya ke dalam visual yang memiliki makna dengan berbagai simbol tersirat, yang menimbulkan berbagai persepsi di benak audiens. Meski demikian, masih banyak audiens di kalangan anak muda atau pemerhati visual, yang dapat melihat arti dari simbol atau visualisasi dengan baik dan berdampak baik bagi merek media massa tersebut.

Desain Visual adalah pondasi dalam membentuk sebuah *brand*. Dalam Jurnal "Exploring the Depth of Elements and Principles of Visual Design" (R. Kumar, S. Naaz), seluruh aspek visual sangat mempengaruhi bagaimana persepsi audiens melihat dan menangkap sebuah pesan. Maka sangat diperlukan penempatan elemen visual yang strategis dengan berbagai kajian teori untuk mendukung penempatan elemen visual tersebut. Dalam hal ini, penulis hendak membahas mengenai desain visual yang dimunculkan dalam sebuah sampul majalah. Majalah yang pada umumnya diterbitkan secara periodik, mengandung informasi yang entertaining dan edukatif yang ditujukan pada audiens. Untuk menarik perhatian audiens, pengelola majalah memiliki

strategi dan ciri khas tersendiri dalam pemasaran.

Khususnya di Indonesia, pertumbuhan ekonomi, kebebasan pers, dan keterbukaan untuk mengakses berita, membawa semangat industri pers khususnya majalah untuk berlomba-lomba menjual informasi yang menarik serta menguasai pasar dengan menjual segmentasi atau topik tertentu. Semua konten menarik dari sebuah majalah dapat terkomunikasikan dalam satu halaman sampul majalah. Di sinilah kreativitas para desainer sampul majalah dapat teruji dalam memadukan elemen visual seperti logo merek majalah, fotografi atau ilustrasi, judul artikel, warna, bonus dan apapun itu harus dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil subjek penelitian sampul Majalah Tempo yang kerap kali diperbincangkan masyarakat Indonesia terkait visual sampulnya yang mengundang decak positif atas nilai-nilai atau hal tersirat yang disampaikan. Hasil dari penelitian ini akan menampilkan hasil dari aspek visual sampul Majalah Tempo periode Pemilihan Presiden tahun 2024 yang menarik dalam segi teori desain dan pemaknaan terhadap visual yang ditampilkan yang sesuai dengan target audiens yakni masyarakat Indonesia yang melek akan teknologi dan aktif dalam bermedia sosial, yang tampak dalam komentar yang diposting pada sosial media X (*Twitter*).

Kajian teori

Penelitian yang diambil untuk mendapatkan gap dari metode sebelumnya adalah melalui jurnal "Peran Ilustrasi Bertema Indonesia pada Produk Minuman Terhadap Respon Emosi Konsumen". Dalam jurnal ini

membahas mengenai pengaruh unsur visual yang berupa ilustrasi dalam kemasan produk yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Penelitian ini juga membahas mengenai dampak dari unsur visual dalam ilustrasi yang digunakan terhadap respon konsumen. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori ilustrasi dan teori semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes untuk mengetahui dan mengidentifikasi adanya pengaruh ilustrasi terhadap respon konsumen dan untuk mengetahui bagaimana pemahaman konsumen terhadap ilustrasi yang dimunculkan. Meski demikian, dalam jurnal tersebut tidak membahas mendalam mengenai teori desain sampul dan elemen visual apa yang membuat masyarakat tertarik untuk membicarakan ilustrasi dalam sebuah produk yakni dalam penelitian ini sampul Majalah Tempo di periode Pemilihan Presiden tahun 2024.

Metode

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data dengan observasi digital dari data yang sudah ada. Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang diperoleh dengan cara analisis. Observasi digital yang dilakukan adalah melalui media sosial yang dapat memposting hal verbal dan visual yang diposting bebas di berbagai kalangan. Dalam teknik pengumpulan data, penulis melakukan penelusuran melalui kolom pencarian di X (*Twitter*) dengan kata kunci "Sampul Majalah Tempo di Pemilihan Presiden 2024", dengan batasan waktu bulan Januari 2024 hingga Februari 2024. Batasan waktu tersebut diterapkan karena dalam rentang waktu itu merupakan masa di mana kondisi politik Indonesia sedang mengalami euforia emosional terkait

pemilihan presiden, yang berdampak pada kesadaran masyarakat terhadap berita yang dimunculkan di public. Dalam pencarian ditemukan cukup banyak masyarakat yang membicarakan sampul Majalah Tempo yang menuai kontroversi positif yang berfokus pada apresiasi terhadap sampul Majalah Tempo. Dalam penelitian ini penulis mengambil 2 hasil observasi yang menjadi subjek penelitian karena 2 topik bahasan sampul Majalah Tempo terpilih yang paling banyak diperbincangkan oleh masyarakat, yang ditunjukkan dengan data verbal yang diposting dalam sosial media X.

PEMBAHASAN HASIL

Desain Sampul Majalah Sebagai Pemantik Minat Konsumen

Menurut Suyasa dan Sedana dalam Jurnal "Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online" dikemukakan bahwa terdapat tiga jenis media komunikasi yang tersebar di masyarakat, yakni media cetak, media elektronik, dan media *online*. Pengertian media cetak sendiri menurut Eric Barnow merupakan segala barang yang dicetak, yang ditujukan untuk kalangan umum atau publik. Contoh dari media cetak yang mengutamakan pesan berupa tulisan dan visual yakni antara lain surat kabar, majalah, tabloid, dan buletin. Pada umumnya, media cetak diproduksi pada sebuah sarana yang dapat menimbulkan visual.

Desain Visual adalah pondasi dalam membentuk sebuah *brand*. Seluruh aspek visual sangat mempengaruhi bagaimana persepsi audiens melihat dan menangkap sebuah pesan (Kumar, 2023). Maka sangat diperlukan penempatan elemen visual yang strategis dengan berbagai kajian teori untuk mendukung penempatan elemen visual tersebut.

Sebuah merek pasti tak lekang dari identitas visual yang membentuk sebuah merek atau *brand*. Proses dalam membuat *brand* adalah *branding*. Mengacu pada jurnal penelitian yang ada "From One to Diversity: Explore the Design Principles of Flexible Branding Visual Identity and Its Application on Design Practice", *Flexible Branding Visual Identity* (FBVI) atau dapat disebut identitas merek yang dinamis dan identitas yang adaptif, *branding* merupakan hal mendasar yang dapat diterapkan di semua merek. Berbagai kelebihan dapat mengikuti jika merek sudah melekat dan menjadi bagian dari produk. Berbagai macam cara diterapkan oleh pembuat produk dalam membuat citra yang menarik bagi konsumen. Dalam hal sampul majalah, desain visual merupakan hal yang sangat penting untuk membangun citra merek majalah itu sendiri. Sehingga sebuah majalah dapat menarik dan dapat terkomunikasikan dengan baik dalam satu halaman penting yang langsung dapat dilihat oleh audiens, yakni sampul majalah (Lintang Widyokusumo, 2012).

Pengaruh Ilustrasi pada Sampul Majalah terhadap Respon Emosional Konsumen

Ilustrasi adalah bagian dalam seni gambar yang dipergunakan untuk memberi deskripsi suatu tujuan atau maksud secara visual (Susanto, 2017). Ilustrasi juga memiliki nilai dalam penyampaian pesan atau informasi yang ingin disampaikan. Ilustrasi juga dapat menimbulkan kesan tersendiri kepada audiens dan dapat menciptakan daya tarik secara emosional.

Dalam teori semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes, kajian semiotika tidak hanya dilihat dan dianalisis hanya dari tanda-tanda yang dimunculkan, tetapi juga dari psikologis sosial yang dimunculkan setelah audiens melihat dan memahami tanda yang diberikan (Barthes, R, 1985).

Dalam teori ini, semiotik tidak hanya semata-mata dipahami secara visual, namun berkesinambungan dengan bahasa dalam mengungkapkan gagasan. Barthes mengungkapkan bahwa teori ini memiliki tingkat pertandaan, yakni denotasi dan konotasi yang saling mendukung satu sama lain.

Peran Visual Sampul Majalah Tempo

Majalah Tempo adalah merek majalah yang diterbitkan secara berkala setiap minggunya di Indonesia yang mengemas berita politik secara kritis dan mendalam. Majalah Tempo juga dikenal sebagai media yang berani menyuarakan hal-hal politik yang sedang dibicarakan di Indonesia. Majalah Tempo yang awalnya bergerak di bidang media cetak yakni majalah, seiring berkembangnya zaman melakukan konvergensi media, dengan memadukan beberapa bentuk media, yakni media cetak dan media digital (tempo.id). Dalam periode tertentu, Majalah Tempo sering menggunakan sampul yang tersirat namun memiliki pesan mendalam. Sehingga tak jarang audiens memberikan ulasan dan memperbincangkan sampul Majalah Tempo yang dinilai memiliki unsur intrinsik dan ekstrinsik dalam elemen visual yang digunakan untuk merepresentasikan sesuatu. Terlebih dalam masa politik Indonesia di rentang Pemilihan Presiden 2024, cukup banyak masyarakat yang memperbincangkan sampul Majalah Tempo yang berani untuk menunjukkan kesan kontradiktif terhadap fakta politik di Indonesia.

Pemahaman Masyarakat Indonesia terhadap Visual Sampul Majalah Tempo

Berikut adalah analisis ilustrasi sampul Majalah Tempo yang dikaji menggunakan Teori Desain yang dihubungkan dengan respon emosional masyarakat Indonesia yang dikaji dari

kata-kata yang dimunculkan oleh masyarakat.



Gambar 1 : Respon masyarakat terhadap sampul Majalah Tempo

Gambar 1 adalah kumpulan respon masyarakat terkait sampul Majalah Tempo yang diterbitkan 14 Januari 2024 dengan judul “Angan-angan Satu Putaran”.

• Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan yakni karikatur. Karikatur sendiri merupakan gambar yang mengandung latar belakang cerita yang satir atau kerap kali berisikan kritik terhadap suatu masalah. Visual tersebut dibuat menggunakan teknik *digital illustration* menggunakan *free-hand*, yang

ditunjukkan dari penggambaran yang tidak kaku (vector) dengan pendekatan yang realis. Penggambaran tokoh dan visual lainnya dapat terpampang nyata pada sampul majalah tersebut. Terdapat 3 tokoh dan beberapa objek visual lain yang dimunculkan. Meskipun ketiga tokoh tersebut divisualkan cukup berbeda dari tampak aslinya, namun masih dapat dipahami dengan jelas yang ditunjukkan dari bentuk tubuh dan mimik wajah dominan yang ditunjukkan.

- **Warna**

Warna yang digunakan yakni warna gradasi biru muda pada bagian atas dan putih bagian bawah untuk *background* dan didominasi warna putih untuk visual. Perpaduan warna ini cukup netral namun tetap mencolok, sehingga audiens tetap dapat tertarik untuk melihat visual utama, yakni tokoh dan asset visual lainnya.

- **Layout**

Tata letak yang diterapkan dapat tercerna dengan baik antara logo *merk*, keterangan teks, visual, barcode, dan keterangan tambahan lainnya. Pada bagian kiri atas berisi keterangan terkait keterangan inti produk, *headline* berita yang akan dimuat, dan tema yang diusung pada volume majalah. Kemudian di bawah kiri memuat visual utama sampul, yakni 3 tokoh dan elemen pendukung lainnya yang dibuat dominan dibanding keterangan verbal. Hal ini bertujuan agar audiens dapat langsung melihat dan tertarik terhadap visual objek yang ditampilkan.

- **Icon**

Pada visual sampul menampilkan beberapa tokoh dan objek visual lainnya yakni:

1. **Tiga tokoh politik, pakaian yang digunakan, dan penempatan tokoh**

Tokoh yang divisualkan yakni Joko Widodo, Gibran, dan Prabowo, yang

merepresentasikan tokoh yang sangat berpengaruh dan saling berhubungan satu sama lain dan menjadi isu perbincangan dalam masa pemilihan presiden tahun 2024. Dengan menggunakan pakaian putih dan celana panjang hitam khas Jokowi dalam pemerintahan, Prabowo dan Gibran juga menggunakan pakaian yang sama, yang menunjukkan adanya kesamaan sifat. Penempatan tokoh yang kontras ditunjukkan dari besarnya visual tokoh dan kepentingannya dalam politik. Tampak Prabowo dan Gibran sedang menaiki kotak suara yang sudah mulai kempes, yang mengindikasikan mereka sedang berada “di atas angin”, atau sedang bahagia berada di posisi paling atas dalam masa kampanye pemilihan presiden. Namun kita juga dapat melihat bahwa visual Jokowi diletakkan di bawah untuk membantu memompa kotak suara, agar pasangan calon presiden tersebut dapat selalu berada di atas kotak suara.

2. **Pompa Angin dan Selang**

Selang pompa ditampilkan menjulur di lantai dengan pompa angin yang sedang dibawa oleh Jokowi. Tampak selang pompa yang ditancapkan pada kotak suara yang sudah cukup kempes, yang ditunjukkan dari kerutan pada bagian bawah kotak suara. Terdapat gestur yang ditampilkan oleh visual Jokowi yang sedang memompa pompa angin tersebut yang tertancap pada kotak suara, yang memiliki arti Jokowi membantu calon pasangan Prabowo dan Gibran agar dapat naik dan melejit dalam hal suara dan ditunjukkan dengan ekspresi Prabowo dan Gibran yang tampak kegirangan.

3. Kotak Suara Pemilu

Visual kotak suara yang ditampilkan seperti balon berbentuk kotak berwarna putih yang sudah kempes, yang sedang dinaiki oleh Prabowo dan Gibran. Visual kotak suara ini merupakan inti dari visual yang ingin ditampilkan oleh Majalah Tempo, yakni suara masyarakat yang ditampung dalam kotak suara.

• Analisis Respon Audiens

Mengacu pada gambar 1, respon masyarakat Indonesia terkait desain sampul Majalah Tempo edisi “Angan-Angan Satu Putaran” ini adalah respon yang positif. Dianalisis dari salah satu kalimat yang diposting oleh akun *@MFeel_Good* pada aplikasi X pada tanggal 14 Januari 2024 yang ditunjukkan dengan kata “nyelekit dan inspiratif” ini ingin menunjukkan kesatiran pada subjek di dalamnya, yakni pada 3 tokoh tersebut. Kata “nyelekit” dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan menyakitkan hati, yang dilatarbelakangi peristiwa politik ketidakadilan yang dilakukan oleh para pemimpin politik. Masyarakat merasa sakit hati karena tindakan negatif yang dilakukan oleh Jokowi dan pasangan capres pada saat itu, yang menghalalkan segala cara agar pasangan Prabowo dan Gibran dapat unggul dalam kontestasi politik. Meski demikian, akun *@MFeel_Good* merasa visual tersebut inspiratif bagi masyarakat dan media surat kabar untuk berani menyuarakan hal-hal satir terkait ketidakadilan politik di Indonesia oleh para pemimpin negara.



Gambar 2 : Respon masyarakat terhadap sampul Majalah Tempo

Gambar 2 adalah respon masyarakat terkait sampul Majalah Tempo yang diterbitkan 2 Juli 2023 dengan judul “Ekspansi Politik Dinasti Jokowi”.

• Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan yakni karikatur, yang ditandai dengan hiperbola visual di beberapa bagian yang divisualkan dengan pendekatan menggunakan teknik *digital illustration* menggunakan pendekatan realis. Terdapat 2 tokoh yang dimunculkan dalam sampul tersebut, yakni Joko Widodo dan Prabowo. Meskipun tokoh tersebut divisualkan cukup berbeda dari tampak aslinya, namun masih dapat dipahami dengan jelas oleh karena bentuk tubuh dan mimik wajah dominan yang ditunjukkan.

- **Warna**

Warna yang digunakan yakni warna hangat, yakni warna monokrom cokelat, merah, dan orange. Wajah tokoh Prabowo dari tampak samping yang terkena cahaya dipresentasikan dengan baik menggunakan warna merah dan orange. Meskipun warna terang hanya diletakkan pada tokoh utama, tokoh lain yang berada di dalam tokoh utama masih dapat tercerna dengan baik karena adanya prinsip kedalaman ruang, yang ditandai dengan bayangan dan warna yang kontras.

- **Layout**

Tata letak yang diterapkan dapat tercerna dengan baik antara logo *merk*, keterangan teks, visual, barcode, dan keterangan tambahan lainnya. Pada bagian kiri atas berisi keterangan terkait keterangan inti produk, *headline* berita yang akan dimuat, dan tema yang diusung pada volume majalah. Kemudian di bawah kiri memuat visual utama sampul, yakni 2 tokoh dan elemen pendukung lainnya yang dibuat dominan dibanding keterangan verbal. Hal ini bertujuan agar audiens dapat langsung melihat dan tertarik terhadap visual objek yang ditampilkan.

- **Icon**

Visualisasi ini menampilkan dua tokoh politik yakni Joko Widodo dan Prabowo. Keduanya ditampilkan dari sisi samping tubuh (semi-siluet), yang semakin merujuk pada ciri-ciri tokoh tersebut. Prabowo yang bertubuh besar namun sedang memejamkan mata atau tidak sadar dan dari samping tubuhnya terlihat bak sebuah robot yang mati. Sebuah robot yang dioperasikan oleh “mesin” atau seseorang di dalamnya, dan mesin itu divisualkan Jokowi yang menampilkan senyuman tipis pada raut wajahnya. Jokowi sedang memegang kendali atas robot tersebut, seolah menjadi dalang atas hidup Prabowo.

- **Analisis Respon Audiens**

Respon masyarakat Indonesia terhadap desain sampul Majalah Tempo edisi “Cawe-Cawe Setelah Pencoblosan” ini banyak yang memuji sampul Majalah Tempo yang berani menyuarakan isu politik. Tak jarang juga berkomentar satir, seperti terlihat dalam unggahan akun @erasmus70 di aplikasi X pada 25 Februari 2024 yang mengatakan “Cover ini kalau di tongkrongan menggambarkan cara masyarakat melihat Pak Prabowo”. Kalimat tersebut cukup ironi, bahwa visual sampul Majalah Tempo ini dapat melihat perspektif masyarakat Indonesia yang telah paham bagaimana tokoh politik itu bekerja. Meski demikian, visual tersebut dinilai inspiratif karena keberanian media dalam menyuarakan kritik satir terhadap kondisi politik di Indonesia. Respon audiens yang lain juga didominasi oleh komentar yang positif terhadap desain sampul Majalah Tempo.

KESIMPULAN

Hasil dari pembahasan, pengaruh unsur visual berupa ilustrasi yang ditampilkan dalam Visual Majalah Tempo Periode Pemilihan Presiden 2024 memiliki dampak terhadap respon emosional audiens. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan ilustrasi bertema tokoh politik Indonesia yang sedang diperbincangkan di masyarakat pada visual sampul majalah dapat dikatakan bisa meningkatkan emosional konsumen untuk membicarakan produk yang didasari oleh faktor ilustrasi yang menarik (eye catching) dari segi gaya desain, pemilihan objek ilustrasi, makna semiotika yang diterapkan, unsur warna dan tema. Selain itu, desain sampul yang didukung oleh ilustrasi bertema tokoh politik atau tokoh negara menarik untuk dikoleksi sebagai memorabilia menjelang Pemilihan Presiden 2024. Namun strategi ini belum sepenuhnya dapat dikatakan maksimal, karena dalam penerapannya masih ditemui

pemahaman konsumen yang memaknai desain tersebut sebatas makna denotasi pada objek – objek desain, tanpa sepenuhnya memahami makna tersembunyi dibalik penggunaan ilustrasi bertema politik Indonesia. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, saran yang dapat diberikan, setiap merek harus berhati-hati dalam memutuskan visual sampul untuk desain sampul majalah. Karena penggunaan desain sampul yang baik dan sesuai dengan persepsi audiens akan membantu perusahaan dalam meningkatkan minat beli konsumen.

DAFTAR PUSAKA

- BINGFENG, Mei; PADIL, Md Nagib. From One to Diversity: Explore the Design Principles of Flexible Branding Visual Identity and Its Application on Design Practice. *Ideology Journal*, [S.l.], v. 9, n. 2, sep. 2024. ISSN 2550-214X.
- Bouzida, F. (2014, September). The semiology analysis in media studies: Roland Barthes Approach. In *Proceedings of SOCIOINT14-International Conference on Social Sciences and Humanities* (Vol. 8, No. 10, pp. 1001-1007).
- Faidlatul Habibah, A., & irwansyah, irwansyah. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350-363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Gunawan, G. S., Hagijanto, A. D., & Pratama, R. (2014). Pengaruh Sampul Depan Novel Teenlit Terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Adiwarna*, 1(4), 13.
- Kumar, R., & Naaz, S. (2023). EXPLORING THE DEPTH OF ELEMENTS AND PRINCIPLES OF VISUAL DESIGN.
- Lintang Widyokusumo. (2012). *DESAIN SAMPUL MAJALAH SEBAGAI UJUNG TOMBAK PEMASARAN*, 3, 637–644.
- Lustyantie, N. (2012, December). Pendekatan semiotik model Roland Barthes dalam karya sastra Prancis. In *Seminar Nasional Fib Ui* (Vol. 19).
- N. P. E. B. Lestari, N. A. Santosa, and A. R. Suharno, "Peran Ilustrasi Bertema Indonesia pada Produk Minuman Terhadap Respon Emosi Konsumen", *bahasarupa*, vol. 6, no. 1, pp. 11-19, Oct. 2022.
- Piliang, Y. A. (2004). Semiotika teks: Sebuah pendekatan analisis teks. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 5(2), 189-198.
- Suyasa, I., & Sedana, I. (2020). Maintain The Existence Of Printed Media In The Middle Exposed To Media Online. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 56-64. <https://doi.org/10.54895/jkb.v1i1.314>
- Tempo Media Grup. (2019). Visi Misi Majalah Tempo. <https://www.tempo.id/about.php#visimisi>
- Teo, Y. S. (2022, September 29). The Key Elements & Principles of Visual Design. Interaction Design Foundation - IxDF. <https://www.interaction-design.org/literature/article/the-building-blocks-of-visual-design>

Wisnu Akbar Prabowo, Indrawati, & Muslimin. (2024). Pemaknaan Sampul Majalah Tempo Berjudul Kantong Bocor Dana Umat (Analisis Semiotika Sampul Majalah Tempo Edisi 04-10 Juli 2022). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(4), 621–631. Retrieved from <http://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/article/view/1015>.