

ANALISIS COPYWRITING PADA SAMPUL MAJALAH TEMPO RETORIKA INTERTEKSTUAL “HABIS MULYONO TERBITLAH MULYADI”

^aAnggo Ahmad Saputra *, ^bWinda Dwiyana, ^cSanti Purnama Sari

^{a,c}Universitas Utpadaka Swastika, ^bInstitut Seni Indonesia Padangpanjang

^aanggosaputra1122@gmail.com, ^bwindadwiyana@gmail.com, ^csantialdar03@gmail.com

Corresponding Author: anggosaputra1122@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: Aug 25, 2025

Revised: Aug 28, 2025

Accepted: Aug 29, 2025

Keywords:

Copywriting, layout, illustration, typography, Tempo Magazine

ABSTRACT

Magazine covers serve as a visual communication medium that is not only informative but also conveys social criticism through symbols and visual language. This study examines the role of copywriting in shaping visual communication messages. To understand the signs, symbols, and meanings in text and visual elements, a descriptive qualitative method was used with Roland Barthes' semiotic analysis. The analysis was conducted through the stages of identifying visual and text elements on magazine covers, followed by classification, signbased on denotation, connotation, and myth, then concluded with an interpretation of the meaning formed from the relationship between visual elements and copywriting. Data was obtained through documentation of magazine covers and literature research on visual communication design and copywriting. The results of the study indicate that copywriting, consisting of wordplay in the title, has the ability to construct a satirical political message. The layout directs the reader to the main message, the caricature illustration supports the critical nuance, and the typography emphasizes the critical tone. Overall, these components form a strong rhetorical strategy that makes visual communication more engaging and meaningful. In conclusion, copywriting is very important in visual communication design to convey information and build public opinion critically and aesthetically.

ABSTRAK

Sampul majalah berfungsi sebagai media komunikasi visual yang tidak hanya informatif tetapi juga menyampaikan kritik sosial melalui simbol dan bahasa visual. Penelitian ini meneliti peran copywriting dalam pembentukan pesan komunikasi visual. Untuk memahami tanda, simbol, dan makna pada elemen teks dan visual, metode kualitatif deskriptif digunakan dengan analisis semiotika Roland Barthes. Analisis dilakukan melalui tahap identifikasi elemen visual dan teks pada sampul majalah, dilanjutkan dengan klasifikasi tanda berdasarkan aspek denotasi, konotasi, dan mitos, kemudian diakhiri dengan interpretasi makna yang terbentuk dari hubungan antar elemen visual dan *copywriting*. Data diperoleh

Kata Kunci:

Copywriting, layout, ilustrasi, tipografi, Majalah Tempo

melalui dokumentasi sampul majalah serta penelitian literatur tentang desain komunikasi visual dan *copywriting*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *copywriting*, yang terdiri dari permainan kata dalam judul, memiliki kemampuan untuk membangun pesan politik yang satir. Tata letak mengarahkan pembaca ke pesan utama, ilustrasi karikatur mendukung nuansa kritis, dan tipografi menegaskan tone kritis. Secara keseluruhan, komponen ini membentuk strategi retorik yang kuat yang membuat komunikasi visual lebih menarik dan bermakna. Kesimpulannya, *copywriting* sangat penting dalam desain komunikasi visual untuk menyampaikan informasi dan membangun opini publik secara kritis dan estetis.

I. PENDAHULUAN

Meskipun media digital memberikan tekanan, media cetak tetap memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik. Sebagai jenis media cetak, majalah tidak hanya menyajikan berita tetapi juga mengajarkan realitas sosial dengan memilih isu, bahasa, dan visual. media massa masih menjadi arena perebutan makna, di mana setiap teks yang diproduksi berfungsi sebagai representasi sekaligus sebagai instrumen pembentukan wacana publik (Malik and Busrah 2021).

Di tengah arus informasi digital yang deras, media massa, khususnya majalah, terus memainkan peran penting dalam membentuk opini publik. Sampul majalah berfungsi sebagai bukan hanya identitas edisi, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang menggunakan ilustrasi, teks, dan tipografi untuk menyampaikan masalah utama.(Sutarman, Saputra, and Abdussamad 2024). Sampul majalah memiliki kemampuan untuk memicu diskusi publik, membangun citra, dan mengonstruksi wacana. sampul majalah dan media sejenis tidak sekadar estetis, melainkan juga sarat strategi retorik yang berfungsi memengaruhi persepsi pembaca terhadap isu sosial-politik tertentu (Permata Yanda 2018).

Di Indonesia, majalah Tempo dikenal karena sering menggunakan sampul provokatif dan satir sebagai taktik editorial. Karena mereka memadukan kritik, simbol politik, dan humor yang mudah diterima masyarakat, sampul-sampul ini sering menjadi simbol wacana publik. Majalah Tempo sering menggunakan teknik visual karikatural dan headline satir untuk menghadirkan kritik sosial-politik yang tajam (Pramaskara 2022). Misalnya, judul "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" dari edisi 19–25 Mei 2025 berfokus pada Gubernur Jawa Barat, Dedi Mulyadi, dengan menggunakan permainan intertekstual antara kata "Mulyono" (nama lahir Presiden Joko Widodo) dan "Mulyadi". Sampul ini dapat dianggap

sebagai media kritik terhadap fenomena "politik konten" yang marak dalam lanskap komunikasi politik Indonesia modern, berkat penggunaan pendekatan copywriting intertekstual dan karikatur visual.

Majalah Tempo tidak hanya terkenal karena berita yang konsisten, tetapi juga karena strategi visual sampulnya yang cenderung provokatif, satir, dan sarat makna politik. Sampul majalah sering menampilkan ilustrasi karikatural dengan judul yang bernuansa humor, kritik, hingga ironi, sehingga memicu reaksi publik yang lebih luas daripada hanya membaca teks berita. kekuatan utama Tempo terletak pada kemampuannya menggabungkan teks verbal dan elemen visual melalui hubungan multimodal yang saling melengkapi *intersemiotic complementary* (Lubis and Surip 2024).

Dengan demikian, sampul Tempo dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi politik visual yang memiliki daya retorik kuat. Teks *headline* yang provokatif memberi arah interpretasi, sementara ilustrasi karikatural memperkuat kritik melalui simbol visual yang mudah ditangkap oleh khalayak. Kombinasi keduanya menjadikan sampul majalah ini bukan sekadar "pembungkus" edisi, melainkan bagian dari konstruksi wacana yang berfungsi membentuk opini publik. Studi-studi sejenis juga menggarisbawahi bahwa strategi visual-tekstual pada Tempo berperan dalam membangun citra, menegaskan sikap editorial, bahkan menciptakan ikon-ikon politik populer di tengah masyarakat (Lubis and Surip 2024).

Sampul edisi 19–25 Mei 2025 dari Tempo dengan judul "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" adalah salah satu contoh paling menonjol dari teknik *copywriting* visual-tekstual yang provokatif. "Mulyono" adalah nama lahir Presiden Joko Widodo, dan "Mulyadi" adalah nama Gubernur Jawa Barat, Dedi Mulyadi. Permainan bunyi ini tidak hanya membuat pembaca lebih mudah mengingat edisi tersebut, tetapi juga secara tidak langsung memperkuat gagasan bahwa Dedi adalah penerus kepemimpinan populis Jokowi. Menurut teori framing media, headline semacam ini bukan sekadar kata-kata, melainkan alat retorik untuk membentuk persepsi pembaca tentang figur politik dan konteks ideologinya (Verian and Situmeang 2019)

Sampul edisi sebelumnya dari Tempo telah menggunakan pendekatan semiotik Peirce, seperti studi Vera (2019) tentang sampul yang menampilkan karikatur politisi terkenal. Dalam karya ini, trikotomi Peirce (representamen, objek, dan interpretant) digunakan untuk memeriksa bagaimana simbol visual dan representasi realitas melalui foto atau ilustrasi membentuk pemaknaan sosial-

politik. Hasil menunjukkan bahwa sampul majalah sering menggunakan simbol dan ikon untuk menyampaikan kritik atau pesan yang memiliki banyak arti—baik secara eksplisit maupun implisit. Dengan mempertimbangkan temuan tersebut, sampul edisi tertentu, "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi", harus dibaca bukan sekadar sebagai judul provokatif tetapi sebagai konstruksi retorik dan simbolis. Ia menempatkan Dedi Mulyadi dalam lingkungan cerita "populisme lanjutan" sekaligus memberikan pembaca ruang untuk memahami satir. "Copy multimodal" dari kombinasi kata dan visual berfungsi sebagai kritik sosial-politik yang efektif dan persuasif.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tampaknya sampul Tempo edisi 19–25 Mei 2025 menampilkan praktik penulisan ulang intertekstual yang memiliki makna politik dan retorik yang signifikan. Namun, studi akademik tentang strategi copywriting sampul majalah khususnya yang menggabungkan intertekstualitas visual dan linguistik masih sangat sedikit dibandingkan dengan studi tentang isi teks berita. Penelitian ini didasarkan pada bagaimana teknik penulisan judul "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" digunakan sebagai retorika intertekstual untuk menggambarkan Dedi Mulyadi dalam kaitannya dengan kepemimpinan Jokowi.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini akan berkonsentrasi pada elemen copywriting yang ditemukan pada sampul majalah Tempo edisi 19–25 Mei 2025 dengan judul "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi". Pendekatan analisis penelitian akan berfokus pada strategi retorika intertekstual yang digunakan Tempo untuk membuat permainan bahasa, tipografi, dan visualisasi politik. Copywriting sampul majalah bukan sekadar teks pendamping; itu adalah bagian dari desain komunikasi visual yang menggabungkan pesan verbal dan non-verbal untuk menghasilkan makna. Oleh karena itu, fokus ini penting. Oleh karena itu, jurnal ini membahas tidak hanya praktik komunikasi politik di media tetapi juga bagaimana teknik copywriting dapat dipahami, dikritik, dan digunakan dalam pendidikan Desain Komunikasi Visual.

II. METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif bersama dengan teknik analisis isi. Metode ini dipilih karena memiliki kemampuan untuk menggali makna dan pesan yang tersembunyi di balik teks, terutama *copywriting* dan judul sampul majalah (Klaus 2019). menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan

untuk memahami fenomena secara menyeluruh melalui analisis maknanya, daripada berfokus pada angka atau data kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menjelaskan gaya bahasa yang digunakan pada sampul majalah Tempo, tetapi juga menafsirkan pesan retorik yang muncul di lingkungan sosial, politik, dan budaya Indonesia (Kim, Nelson, and Williams 1985)

Copywriting sampul majalah Tempo selama periode tertentu adalah subjek penelitian. Pilihan Tempo didasarkan pada reputasinya sebagai media cetak yang sering menggunakan strategi bahasa satir, provokatif, dan kritis. *Headline*, *subheadline*, dan teks pendukung sampul majalah Tempo menjadi fokus utama penelitian ini untuk dianalisis dari sudut pandang *copywriting* dalam bidang desain komunikasi visual karena sampul majalah tidak hanya menjadi penanda edisi tetapi juga sarana komunikasi visual yang memadukan teks, ilustrasi, dan tipografi untuk menyampaikan isu.

Data primer dan data sekunder adalah dua jenis sumber data penelitian ini. Data primer terdiri dari arsip sampul edisi majalah Tempo yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder, di sisi lain, berasal dari penelitian yang berkaitan dengan teori *copywriting*, media, komunikasi politik, dan desain komunikasi visual. Literatur tersebut dikumpulkan dari artikel akademik, buku, jurnal, dan perpustakaan digital yang dapat diakses melalui Google Scholar. Perlu ada data sekunder untuk memperkuat analisis, sehingga penelitian tidak hanya deskriptif tetapi juga memiliki dasar teoretis (Bungin 2018)

Untuk mengumpulkan data, ada dua cara. Pertama, sampul majalah Tempo yang dipilih untuk analisis disimpan dan diamati. Peneliti dapat mengidentifikasi judul, struktur bahasa, dan visualisasi dari dokumentasi tersebut. Kedua, studi pustaka mempelajari teori-teori yang relevan tentang *copywriting*, desain komunikasi visual, dan retorika media. Studi pustaka memberikan landasan metodologis untuk mengaitkan analisis teks sampul majalah dengan konsep ilmiah yang sudah ada.

Analisis data dilakukan secara bertahap. Pertama, teks sampul majalah utama yang terkait dengan subjek penelitian dipilih dan dipilah. Selanjutnya, data diklasifikasikan dan *copywriting* dikelompokkan menurut gaya bahasa, seperti persuasif, intertekstual, metaforis, atau satir. Terakhir, interpretasi, di mana teks ditafsirkan dengan mempertimbangkan konteks sosial, politik, dan kultural di sekitarnya. Dalam langkah akhir, penarikan kesimpulan dilakukan, di mana peneliti menguraikan hasil mereka mengenai peran *copywriting* dalam sampul majalah Tempo dan kontribusinya terhadap penelitian tentang desain komunikasi

visual. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana bahasa visual-tekstual yang digunakan dalam media cetak dapat membentuk diskusi publik dan mempengaruhi persepsi masyarakat (Malik and Busrah 2021).

III. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Copywriting* Dalam Konteks Media Massa

Copywriting adalah seni menulis teks persuasif yang ringkas dan komunikatif yang dimaksudkan untuk menyampaikan pesan secara efektif dan menarik perhatian audiens. *Copywriting* digunakan dalam industri media massa, terutama media visual seperti majalah, untuk membuka cerita. *Headline* dan teks utama tidak hanya informatif, tetapi juga memengaruhi pemahaman pembaca tentang masalah sosial dan politik. Sebagai contoh, artikel berjudul "Optimalisasi Komunikasi Persuasif dalam Penulisan Naskah Video Profil Eventer Menggunakan Model *Copywriting* PAS" menekankan bagaimana susunan teks dan tipografi sangat penting dalam pembuatan pesan persuasif (Puspita and Haqqu 2025). Prinsip-prinsip *copywriting* persuasif tersebut masih relevan untuk sampul majalah, yang merupakan objek visual-tekstual, meskipun ini berlaku untuk media video.

Copywriting membantu audiens dan media berkomunikasi. *Headline* bukan hanya intro, tetapi juga alat utama untuk membantu pembaca memahami dan memahami sesuatu. Penelitian "*The Style-Content Duality of Attractiveness: Learning to Write Eye-Catching Headlines via Disentanglement*" (Rusyda M R and Haeril 2021) mengungkapkan betapa pentingnya menjaga keseimbangan antara gaya dan substansi saat membuat teks yang persuasif secara visual dan retorik.

2. Teori Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes mengembangkan pendekatan semiotika, yang menekankan pada konteks budaya dalam memaknai tanda. Barthes membuat tiga tingkat makna: denotasi (makna literal), konotasi (makna hubungan budaya atau emosional), dan mitos (narasi ideologis yang tampak alami dan tidak dipertanyakan) (Riyadi Swandhani and Wahjudi 2023).

Dalam menerapkan teorinya, Barthes melihat bahwa tanda tidak hanya dapat dibaca dari permukaannya, tetapi juga perlu menganalisis bagaimana tanda tersebut berhubungan dengan budaya dan ideologi

tertentu. Proses ini melibatkan dekonstruksi tanda secara semiologis, kemudian menerjemahkannya lebih lanjut melalui kerangka budaya dan ideologi untuk mencapai level mitos (Vindriana, Mustamar, and Mariati 2018).

3. **Ilustrasi Visual dan Karikatur Politik Sebagai Alat Framing**

Ilustrasi, terutama karikatur, adalah alat yang sangat efektif untuk membingkai kritik politik secara visual. Sebagai contoh, studi (Pramaskara 2022). melihat sampul Majalah Tempo edisi September 2019 yang menampilkan karikatur Jokowi dan bayangan hidung Pinokio. Metafora visual berfungsi sebagai kritik sosial tersirat, menurut analisis semiotik. Ini mendukung peran copywriting dalam menyampaikan wacana politik yang kompleks melalui gambar yang menarik.

4. **Tipografi Sebagai Unsur Komunikasi Visual**

Selain menjadi aspek estetika pelafalan visual huruf, tipografi juga memiliki makna. Menurut artikel Priscilia Yunita Wijaya dari Universitas Kristen Petra, Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual, memilih font dan teknik penataan teks sangat penting untuk menyampaikan pesan yang jelas dan komunikatif. Tipografi, atau bahasa visual, membantu audiens memahami pesan dengan lebih baik (Priscilia Yunita Wijaya 1999).

Seberapa efektif teks dibaca dan dipahami dipengaruhi oleh hubungan antara tipografi dan tata letak. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, Alya, and Amayati 2025). menemukan bahwa jika tipografi dan tata letak diatur dengan benar, informasi di media cetak seperti majalah menjadi lebih jelas. Hal ini membuat desain visual yang komunikatif dan strategis sangat penting untuk media cetak (Poon 2021).

5. **Pesan dan Makna Dalam Kombinasi Teks Visual**

Komunikasi visual terdiri dari kombinasi elemen visual dan teks. (Pramaskara 2022). mengatakan bahwa sampul majalah Tempo sering mengandung makna ganda, teks eksplisit dan gambar implisit. Ini menciptakan efek framing dan retorika visual yang kuat. Seperti yang ditunjukkan oleh penelitian ini, makna dalam komunikasi visual multimodal, terbentuk dari sinergi antara teks, tipografi, dan ilustrasi.

IV. HASIL ANALISIS

1. Analisis *Copywriting* *Headline* & Retorika Teks



Gambar 1 : Poster Cover Majalah Tempo Edisi 54
Sumber : Website Tempo

Cover majalah tempo edisi 19-25 Mei 2025 ini merupakan sampul majalah tempo edisi 54 yang menggambarkan viral nya Dedi Mulyadi sebagai gubernur konten dengan segala aktifitas terhadap masyarakat yang selalu di sebar luaskan di media sosial, dalam sampul ini banyak pesan ataupun makna yang disampaikan terkait proses pendekatan terhadap masyarakat yang mirip dengan metode Joko Widodo namun hanya dengan media yang berbeda.



Gambar 2 : Headline & Retorika Teks
Sumber : Website Tempo

Headline "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" di sampul edisi 19–25 Mei 2025 dari majalah Tempo disertai dengan gambar karikatur Dedi

Mulyadi yang melakukan *selfie*. *Headline* ini mengambil frasa populer "Habis gelap terbitlah terang", tetapi nama belakang Presiden Joko Widodo dan Dedi Mulyadi diganti menjadi "Mulyono". Metode ini disebut "intertekstualitas" dan mencakup hubungan antara kata-kata atau teks yang dikenal masyarakat. Dengan demikian, pembaca diarahkan secara langsung untuk mengaitkan figur Dedi dengan Jokowi, terutama dengan mempertimbangkan pendekatan politik dan kepemimpinan populis yang bergantung pada hubungan dekat dengan rakyat.

Headline ini tidak hanya berfungsi sebagai permainan kata, tetapi juga mengandung kritik retorik. Kata-kata yang dipilih untuk Tempo tidak netral; sebaliknya, mereka bersifat sarkastik dan menghina. Majalah ini seolah menunjukkan bahwa Dedi Mulyadi adalah penerus "Mulyono", menunjukkan bahwa gaya politik berbasis pencitraan, konten media sosial, dan kedekatan simbolik dengan rakyat masih berlaku tanpa perubahan signifikan. Hal ini meningkatkan reputasi Tempo sebagai media yang mempertimbangkan praktik politik modern.

Headline ini sangat persuasif. Pembaca tidak hanya diajak untuk menyelidiki isi majalah, tetapi mereka juga diajak untuk mempertimbangkan kembali fenomena politik konten Indonesia. *Copywriting* Tempo dalam hal ini singkat, mudah diingat, tetapi sarat makna. *Headline* yang kuat dan gambar Dedi Mulyadi yang lucu membuat framing yang jelas meskipun dia muncul di banyak media, orang masih menganggapnya sebagai orang yang lebih fokus pada gimik daripada solusi nyata.

Headline sampul majalah Tempo ini, oleh karena itu, dapat dianggap sebagai jenis *copywriting* yang berfungsi informatif dan strategis. Ia berfungsi sebagai alat framing politik, memperkuat identitas media, dan menempatkan Dedi Mulyadi sebagai penerus politik populis yang dianut Jokowi dalam wacana publik.

2. Analisis Semiotika



Gambar 3 : Analisi semiotika
Sumber : Website Tempo

Sampul edisi "Habis Mulyono, Terbitlah Mulyadi" dari majalah Tempo menampilkan ilustrasi yang secara denotatif menggambarkan tokoh politik dengan wajah yang berubah dari Mulyono menjadi Mulyadi. Sampul juga memiliki judul utama yang dipenuhi dengan kalimat satir. Pembaca secara literal menyaksikan pergeseran karakter di dunia politik, dengan tata letak dan tipografi yang disesuaikan untuk menonjolkan headline dan wajah figur yang paling menonjol. Namun, dalam konteks teks dan konotatif, pergantian nama bukanlah satu-satunya pertanda. Ia mencerminkan fenomena dinasti politik dan regenerasi kekuasaan yang biasa terjadi di Indonesia. Perubahan figur hanya terlihat di permukaan, dan pola dan kepentingan politik tetap sama. Headline yang satir memperkuat ide ini, seolah-olah mengatakan bahwa politik seringkali hanya "berganti baju" tanpa melakukan perubahan yang signifikan. Nuansa kritik sosial yang hendak dibangun semakin dipertegas oleh gaya ilustrasi karikatur dan warna latar yang berbeda.

Sampul ini, jika dibaca pada level mitos seperti yang dikemukakan oleh Roland Barthes, mengonstruksi narasi ideologis tentang bagaimana hubungan keluarga, patronase, dan jaringan kepentingan tertentu cenderung memberikan kekuasaan kepada generasi berikutnya. Dengan judul "Habis Mulyono, Terbitlah Mulyadi", masyarakat normalisasi keyakinan bahwa

perubahan nama dalam politik seringkali hanyalah perubahan nama, sementara praktik dan sistem kekuasaan tetap seperti sebelumnya. Dengan demikian, sampul ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat kritik sosial yang tajam, membongkar lapisan makna tentang politik dinasti dan strategi pencitraan yang berulang dalam kehidupan politik Indonesia melalui pendekatan semiotika Barthes.

3. Ilustrasi Visual dan Pesan Simbolik



Gambar 3 : Ilustrasi Dedi Mulyadi
Sumber : Website Tempo

Sosok Dedi Mulyadi digambarkan dengan gaya karikatural khas pada sampul edisi Tempo "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi". Karya karikatur adalah alat komunikasi visual yang menyampaikan kritik politik yang lebih tajam tetapi tetap sarkastik. Karikatur memungkinkan penyampaian pesan yang rumit dalam bentuk visual yang mudah dipahami dan diterima oleh pembaca. Ini menggambarkan wajah dan ekspresi Dedi Mulyadi dengan detail yang dilebih-lebihkan, seolah-olah untuk menunjukkan sifat, gaya, dan karakteristik politiknya.

Ilustrasi ini menunjukkan bagaimana Tempo mengontekstualisasikan headline dengan cerita visual. Gambar-gambar yang menunjukkan bahwa tokoh-tokoh politik di Jawa Barat bergerak atau berubah mendukung pesan "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi." Karikatur Dedi Mulyadi tidak hanya menggambarkan karakter, tetapi juga merupakan representasi dari pergeseran kekuasaan dan dinamika politik lokal yang digambarkan secara kritis.

Warna memperkuat pesan simbolik. Warna-warna kontras yang tajam memberi kesan jelas dan menekankan aspek dramatis dari masalah yang

diangkat. Selain itu, latar belakang yang sederhana dipilih untuk membuat karakter karikatur lebih menonjol. Ini memungkinkan audiens untuk memusatkan perhatian mereka secara langsung pada tokoh yang dimaksud. Oleh karena itu, ilustrasi berfungsi sebagai komponen visual dan bekerja sama dengan *copywriting* judul untuk menghasilkan pesan persuasif.

Ilustrasi ini menunjukkan bagaimana gambar dan teks berinteraksi secara intertekstual dalam desain komunikasi visual. Pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan membekas dalam ingatan pembaca karena headline yang satir diperkuat dengan karikatur yang bernuansa humor sekaligus kritik. Pendekatan visual semacam ini sangat relevan untuk dipelajari dalam pembelajaran desain, khususnya dalam mata kuliah desain ilustrasi dan semiotika visual. Ini karena mengajarkan siswa bahwa ilustrasi adalah medium retorik yang sarat makna dan lebih dari sekadar gambar dekoratif.

4. Tipografi dan Tata Letak



Gambar 4 : Tipografi dan Tata Letak
Sumber : Website Tempo

Sampul majalah Tempo edisi "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" memiliki tipografi yang sangat membantu dalam meningkatkan pesan *copywriting*. Judul utama ditulis dengan huruf kapital, tegas, dan mudah dibaca. Pilihan huruf sans-serif standar Tempo menunjukkan kesan kontemporer, lugas, dan netral, yang sesuai dengan gaya jurnanisme investigatif majalah ini. Headline dengan huruf kapital memberi kesan

otoritas, seolah-olah menyuarakan sebuah pernyataan yang tidak dapat diperdebatkan.

Headline berada di posisi tertinggi di bagian tengah, tepat di bawah gambar karikatur tokoh, menurut tata letak sampul dari perspektif hierarki visual. Karena gambar dan teks saling menguatkan, penempatan ini masuk akal. *Headline* yang bernada satir "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" akan lebih signifikan ketika dibaca bersamaan dengan ilustrasi visual. Ini memungkinkan pembaca untuk menyerap humor, kritik, dan pesan politik yang ingin disampaikan.

Selain itu, tipografi menunjukkan strategi *tone of voice* majalah Tempo. Meskipun huruf yang bersih dan tidak dihiasi memberi kesan serius dan dapat diandalkan, isi teks justru menunjukkan permainan bahasa yang sarkastik. Kontras yang menarik adalah kombinasi teks yang sederhana tetapi penuh makna dengan ilustrasi karikatural yang berlebihan. Oleh karena itu, pembaca didorong untuk mencari tahu apa arti permainan kata tersebut.

Tempo menggunakan prinsip keseimbangan dan emphasis dalam tata letak. *Headline* berfungsi sebagai jangkar teks yang mendukung interpretasi visual, sedangkan figur karikatur menjadi pusat perhatian titik fokus. Komponen lain, seperti informasi edisi dan logo majalah, ditata secara konsisten di bagian atas sampul sesuai dengan sistem layout tetap yang telah lama digunakan majalah ini. Sederhananya layout memungkinkan judul dan ilustrasi menonjol tanpa mengganggu visual lainnya.

Dari sudut pandang desain komunikasi visual, perpaduan layout dan tipografi sampul ini menunjukkan keselarasan nyata antara teks dan gambar. Desain yang efektif tidak hanya membuat tampilan lebih baik, tetapi juga membuat pesan yang ingin disampaikan lebih jelas. Tipografi dipilih bukan hanya karena tampilannya yang menarik, tetapi juga karena fungsinya untuk membentuk gambar dan meningkatkan makna *copywriting*. Setiap elemen desain harus memiliki alasan visual dan retorik yang jelas.

5. Makna dan Pesan Komunikasi Visual



Gambar 5 : Poster Cover Majalah Tempo Edisi 54
Sumber : Website Tempo

Edisi "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" majalah Tempo tidak hanya memiliki ilustrasi dan tipografi, tetapi juga menyampaikan pesan visual yang kuat melalui simbol, humor, dan kritik sosial-politik. Sebuah cerita satir yang langsung ditangkap pembaca terbentuk ketika judul dikombinasikan dengan ilustrasi karikatur. Headline menunjukkan bahwa tokoh politik terus berganti nama tanpa mengubah praktik kekuasaan.

Gaya karikatur, yang biasanya melebih-lebihkan ekspresi tokoh, memperkuat pesan ini. Selain memberikan hiburan visual, karikatur juga dapat digunakan sebagai alat retorik untuk mengkritik situasi sosial-politik. Ilustrasi ini dapat dianggap sebagai tanda ikonik menyerupai tokoh aslinya, tanda indeksis mengacu pada peristiwa politik tertentu, dan tanda simbolis merepresentasikan siklus kekuasaan yang berulang. Menurut teori semiotika visual. Oleh karena itu, komunikasi visual yang ada di sampul ini memiliki berbagai makna yang dapat diinterpretasikan oleh pembaca berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka.

Dalam hal *copywriting*, pesan yang disampaikan lebih implisit dan kontekstual daripada eksplisit. Pembaca yang mengikuti perkembangan politik saat itu akan segera mengerti judul dan karikturnya. Strategi ini sesuai dengan gaya komunikasi persuasif majalah Tempo, yang sering menggunakan satire, ironi, dan metafora visual. Hal ini menunjukkan dalam desain komunikasi visual bahwa tidak hanya estetika pesan yang efektif

tetapi juga kecerdikan bahasa visual dan teks yang membantu audiens memahaminya.

Selain itu, makna komunikasi visual sampul ini bersifat intertekstual, karena melibatkan idiom bahasa Indonesia dan tradisi budaya populer. Frase yang diubah menjadi "Habis gelap terbitlah terang" menjadi "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" menunjukkan hubungan yang kuat dengan karya RA Kartini. Oleh karena itu, sampul ini membahas warisan budaya literasi Indonesia serta politik secara bersamaan. Dengan demikian, humor politik dimasukkan ke dalam konteks ini.

V. KESIMPULAN

Seperti yang ditunjukkan oleh penelitian ini, sampul edisi "Habis Mulyono Terbitlah Mulyadi" majalah Tempo tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi visual yang sarat makna. Sampul ini berhasil menyampaikan kritik sosial-politik dengan cara yang halus namun tajam melalui kombinasi ilustrasi karikatur, tipografi, tata letak, dan *copywriting*. Tata letak mengarahkan pembaca ke simbol utama, ilustrasi menampilkan komedi satir, dan tipografi menegaskan *tone* pesan. Dengan bekerja sama, elemen-elemen ini membangun cerita yang mudah dipahami tetapi tetap memancing audiens untuk berpikir kritis.

Selain itu, penggunaan permainan kata dalam judul menunjukkan bahwa *copywriting* dapat menjadi alat retorik yang efektif dalam desain komunikasi visual. Sementara pesan tidak disampaikan secara langsung, simbol, metafora, dan konteks sosial-budaya membuatnya lebih mendalam dan bermakna. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi visual pada sampul majalah bukan hanya masalah estetika tetapi juga metode penyampaian ide yang dapat mempengaruhi pendapat publik.

Kajian ini dapat menjadi sumber pembelajaran dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya tentang peran *copywriting* dalam membuat pesan visual yang persuasif, kreatif, dan kritis. Dengan menggunakan pemahaman semiotika dan retorika visual, desainer dapat membuat karya yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kekuatan untuk membangun kesadaran sosial dan memengaruhi cara masyarakat melihat masalah yang sebenarnya.

VI. REFERENSI

- Bungin. 2018. "Ringkasan Dan Ulasan Buku Analisis Penelitian Kualitatif." Jurnal ResearchGate 1(70):1–45.
<https://repository.sttjaffray.ac.id/media/publications/269013-ringkasan-dan-ulasan-buku-analisis-data-31d9d0eb.pdf>.
- Kim, Sehun, Jeffrey G. Nelson, and R. Stanley Williams. 1985. Mixed-Basis Band-Structure Interpolation Scheme Applied to the Fluorite-Structure Compounds NiSi₂, AuAl₂, AuGa₂, and AuIn₂. Vol. 31.
- Klaus, Krippendorff. 2019. CONTENT ANALYSIS. LOS ANGELES: SAGE.
- Lubis, Malan, and M. Surip. 2024. "KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya Intersemiotic Complementary: The Multimodal Discourse Analysis on Tempo Magazine Covers (Intersemiotika Pelengkap: Analisis Wacana Multimodal Pada Sampul Majalah Tempo)." 10(2):665–84. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara>.
- Malik, Abdul, and Busrah Busrah. 2021. "Relasi Pemerintah Dan Akademisi Dalam Isu Moderasi Beragama Di Indonesia." Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin 23(2):120. doi:10.22373/substantia.v23i2.9167.
- Permata Yanda, Diyan. 2018. "A Multimodal Discourse Analysis (Mda) on Bidadari Bermata Bening Novel By Habiburrahman El-Shirazy (Analisis Wacana Multimodal Dalam Novel Bidadari Bermata Bening Karya Habiburrahman El-Shirazy)." Gramatika STKIP PGRI Sumatera Barat 4(2). doi:10.22202/jg.2018.v4i2.2597.
- Poon, Stephen T. F. 2021. "Typography Design's New Trajectory towards Visual Literacy for Digital Mediums." Studies in Media and Communication 9(1):9–19. doi:10.11114/smc.v9i1.5071.
- Pramaskara, Theodora Edra. 2022. "Analisis Semiotika Peirce Pada Sampul Majalah Tempo Edisi Jokowi Beserta Bayangan Pinokio." Jurnal Kajian Jurnalisme 5(2):209. doi:10.24198/jkj.v5i2.36251.
- Priscilia Yunita Wijaya. 1999. "Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual." Nirmana 1(1):47–54.
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>.
- Puspita, Della, and Rizca Haqqu. 2025. "Optimalisasi Komunikasi Persuasif Dalam Penulisan Naskah Video Profil Eventeer Menggunakan Model Copywriting Pas." 12(3):2005–12.
- Riyadi Swandhani, Ahmad, and Deddy Wahjudi. 2023. "SEMIOTIKA ROLAND

BARTHES SEBAGAI PENDEKATAN UNTUK MENGENAL LOGO KANTOR POS.” Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong 12(10).

- Rusyda M R, Muhammad Rayhan, and Fachmi Khadam Haeril. 2021. “Analisis Strategi Visual Pada Majalah Lazy Susan ‘Gorengan.’” *Narada : Jurnal Desain Dan Seni* 8(3):341. doi:10.22441/narada.2021.v8.i3.006.
- Setiawan, Halim, Alya, and Vivi Amayati. 2025. “Analisis Tipografi Dan Tata Letak Terhadap Daya Serap Informasi Dalam Media Cetak.” *Syi’ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 8(1):42–52. doi:10.37567/syiar.v8i1.3739.
- Sutarman, Sutarnan, Ari Saputra, and Zainudin Abdussamad. 2024. “Unveiling Power: A Van Dijk Discourse Analysis of Prabowo’s Presidential Inauguration Speech.” *EDUMALSYS Journal of Research in Education Management* 2(3):211–19. doi:10.58578/edumalsys.v2i3.4184.
- Verian, Arvy, and Ilona V. Oisina Situmeang. 2019. “REPRESENTASI FOTO KAMPANYE CALON PRESIDEN PADA MAJALAH TEMPO EDISI 19 – 25 NOVEMBER 2018 (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce).” *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi* 13(1). doi:10.30813/s:jk.v13i1.1787.
- Vindriana, Nuri Dwi, Sunarti Mustamar, and Sri Mariati. 2018. “Politik Kebudayaan Dalam Novel Sinden Karya Purwadmad Admadipurwa: Kajian Semiotika Roland Barthes.” *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik* 19(2):10. doi:10.19184/semiotika.v19i2.10463.