

**Komunikasi Visual Pada Bumper Acara Televisi
(Analisis Semiotika Peirce pada Acara “Sarah Sechan” Di Net TV)**

Rinkapati Swatriani

Universitas Mercu Buana, Jakarta

***Abstract :** Image formation in a television program not only through the content of the program itself but the show can also be through visual communication design that emerged during the program. One is Opening Break Bumper or better known as the bumper. Bumper is the opening animation that appears before starting a television program with a duration of 5-30 seconds. Bumper can be information to viewers about the type and characteristics as well as imaging or visualizing the concept of identity programs. In this study, the authors will focus on the visualization contained in the bumper in the program talk show "Sarah Sechan" that aired on NET TV. Authors interested in researching the bumper as shown has a unique visualization of the terms of the concepts used. Designer who designed the bumper using some kind of color as the background image and display several facial expressions Sarah Sechan (as host) and the use of two types of fonts (letters). To investigate the visual signs contained in the bumper of "Sarah Sechan", researchers used a method of analysis for semiotics Peirce's semiotics. Peirce offers three groups based on the sign of the type of relationship between the reader the meaning of items, the items that showed that icon, index, and symbol. The results showed that the bumper of "Sarah Sechan" may be the identity of the program through a visualization program elements and graphics used to characterize the program "Sarah Sechan" that distinguishes it from other programs.*

Keywords : bumper, visual identity, and semiotic

Abstrak: Pembentukan Gambar dalam program televisi tidak hanya melalui isi dari program itu sendiri tapi acara juga bisa melalui desain komunikasi visual yang muncul selama program. Salah satunya adalah Membuka Break Bumper atau lebih dikenal dengan bumper. Bumper adalah animasi pembukaan yang muncul sebelum memulai program televisi dengan durasi 5-30 detik. Bumper dapat informasi kepada pemirsa tentang jenis dan karakteristik serta pencitraan atau memvisualisasikan konsep identitas programs. In penelitian ini, penulis akan fokus pada visualisasi yang terkandung dalam bumper dalam program talk show "Sarah Sechan" yang ditayangkan pada NET TV. Penulis tertarik meneliti bumper seperti yang ditunjukkan memiliki visualisasi yang unik dari segi konsep yang digunakan. Designer yang merancang bumper menggunakan beberapa jenis warna sebagai gambar latar belakang dan menampilkan beberapa ekspresi wajah Sarah Sechan (sebagai tuan rumah) dan penggunaan dua jenis font (huruf) . Untuk menyelidiki tanda-tanda visual yang terkandung dalam bumper "Sarah Sechan ", peneliti menggunakan metode analisis untuk semiotika semiotika Peirce. Peirce menawarkan tiga kelompok berdasarkan tanda dari jenis hubungan antara pembaca makna item, item yang menunjukkan bahwa ikon, indeks, dan hasil symbol. The menunjukkan bahwa bumper "Sarah Sechan" mungkin identitas Program melalui unsur-unsur program visualisasi dan grafis yang digunakan untuk mengkarakterisasi program "Sarah Sechan" yang membedakannya dari program lain.

Keywords : bumper, identitas visual, semiotic

PENDAHULUAN

Dalam tayangan televisi terdapat dua elemen utama, yaitu program acara dan iklan. Dalam sebuah program acara televisi, ada unsur yang penting yang menjadi alat komunikasi antara program acara televisi sebagai komunikator dengan pemirsa (komunikandi) yaitu komunikasi visual.

Penyampaian pesan secara visual bertransformasi dengan sangat cepat mengikuti perkembangan teknologi. Bidang kajian dan media desain komunikasi visual pun berkembang menjadi sangat luas. Desain komunikasi visual merupakan salah satu bagian dari yang mempelajari seni terapan dan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Artinya, desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah komunikasi atau komunikasi visual untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru diantara desain yang baru (Tinarbuko, 1998:66).

Dalam tayangan televisi, desain berfungsi sebagai komunikator visual yang mengkomunikasikan dua unsur utama yaitu pertama image dan identitas korporat yang biasanya muncul dalam bentuk *station ID* (identitas stasiun), misal animasi logo stasiun TV yang bersangkutan dan yang kedua image dan identitas program yang muncul dalam bentuk animasi pembuka sebelum masuk acara dan elemen desain yang muncul selama program berlangsung.

Dalam sebuah program acara televisi, pembentukan citra dapat melalui *Opening Break Bumper*, *Bumper In/ Out*, dan *Templates*. *Opening Break Bumper* adalah animasi pembuka yang muncul sebelum program televisi dimuali dengan durasi 5-30 detik. Sedangkan *Bumper In* adalah bumper yang muncul setelah jeda iklan dan akan masuk program. Biasanya durasi bumper-in lebih pendek, yaitu 3-5 detik yang diambil dari bagian akhir opening bumper yang menampilkan judul atau nama program. *Bumper Out* adalah bumper yang muncul setelah program sebelum masuk slot iklan. Sama halnya dengan bumper-in, durasi bumper-out juga pendek yaitu sekitar 3-5 detik yang diambil dari bagian akhir opening bumper yang menampilkan judul atau nama program. *Templates* adalah gambar diam (still image) yang berisi keterangan selama acara televisi berlangsung seperti nama pembawa acara, nama nara sumber, tema program acara, lokasi

Pada salah satu program acara di Net TV, terdapat sebuah acara talk show yang dipandu oleh presenter kenamaan, Sarah Sechan bernama “Sarah Sechan” (sama dengan nama sang presenter) yang tayang setiap hari Senin hingga Jumat pukul 8.00 dan 15.30 WIB. Program acara ini berisi perbincangan santai dengan bintang tamu. Dikemas dalam suasana santai, menarik dan humoris namun tetap memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat. Dalam program acara tersebut, Sarah Sechan menunjukkan sisi perempuan yang humoris dan interaktif.

Untuk mendukung format program “Sarah Sechan”, maka dibuat elemen-elemen pendukung program salah satunya dalam bentuk komunikasi visual, yaitu (OBB) *Opening Bumper Break*, *bumper in/ out*, dan *templates*. Dalam hal ini, penulis akan fokus membahas masalah visualisasi yang terdapat dalam OBB atau biasa disebut bumper dalam program “Sarah Sechan”.

Mengingat betapa pentingnya pembentukan identitas visual dalam sebuah program televisi melalui komunikasi visual, maka penulis memfokuskan penelitian untuk mengetahui :

Bagaimana bumper acara “Sarah Sechan” memvisualisasikan identitas program televisi “Sarah Sechan” di NET TV?

KAJIAN TEORI

Komunikasi Visual. T. Suyanto (2005: 15-16), menyatakan bahwa komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diserap orang banyak dengan pikiran maupun perasaan. Rupa yang mengandung peran atau makna, karakter serta suasana yang mampu dipahami (diraba atau dirasakan) oleh khalyak umum atau terbatas. Lebih lanjut menurut Michael Kroeger, *Visual Communication* (komunikasi visual) adalah latihan teori dan konsep-konsep melalui terma-terma visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran (*juxtaposition*).

Umar Hadi menunjukkan potensi istimewa bahasa visual, antara lain yang pertama, bahasa visual mempunyai kesempatan untuk lebih cepat dan langsung dimengerti daripada bahasa verbal, tulisan, lisan, atau suara. Kedua, bahasa visual dapat lebih permanen daripada bahasa suara yang bergerak dalam waktu serta lebih mudah dipisahkan dari keadaan kompleksitasnya. Ketiga, bahasa visual mempunyai kesempatan amat kuat nilai simbolisnya.

Bumper. Menurut Melanie Goux (2003:153), *bumper is short clips of animation which are broadcast at the end of program segment, but before commercial, or at the beginning of program segment, but afetr a commercial. These element effectively create a bumper between programs and commercial spots.*

Animasi merupakan sebuah nyawa dalam pengaplikasian bumper. Dalam sebuah acara program televisi, bumper yang menarik, akan membuat para pemirsa semakin ingin tahu bagaimana isi acara tersebut. Sehingga membuat rasa penasaran yang semakin kuat, dan menanamkan pesan secara efektif dan efisien. Intinya sebuah animasi bumper haruslah menarik dan mengandung ciri khas acara televisi tersebut agar selalu diingat oleh para pemirsanya. Komposisi warna sebuah animasi bumper harus disesuaikan dengan karakter acara televisi tersebut. Komposisi warna yang indah dan sesuai dengan karakter acara televisi yang ditawarkan akan lebih cepat menjadi fokus perhatian.

Maka dapat disimpulkan bahwa bumper adalah animasi pembuka dalam suatu program acara televisi yang merupakan animasi pendek menggambarkan identitas sebuah acara atau instansi. Dengan adanya bumper tersebut acara atau instansi tersebut akan mudah dipahami oleh pemirsa tanpa perlu penjelasan panjang lebar.

Semiotika. Secara etimologis istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani “semeion” yang berarti ‘tanda’ (Sudjiman dan van Zoest, 1996: vii) atau seme, yang berarti ”penafsir tanda” (Cobley dan Jansz, 1999: 4) (dalam Sobur, .2004: 16). Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64, dalam Sobur, 2006:16). Charles Sanders Peirce (Littlejohn, 1996:4, dalam Sobur, 2006:16) mendefinisikan semiosis sebagai “a relationship among a sign, an object, and meaning” (sesuatu hubungan diantara tanda, objek, dan makna).

Semiotika kemudian didefinisikan sebagai studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja. Pokok perhatian semiotika adalah tanda. Tanda itu sendiri adalah sebagai sesuatu yang memiliki ciri khusus yang penting. Pertama, tanda harus dapat diamati, dalam arti tanda itu dapat ditangkap. Kedua, tanda harus menunjuk pada sesuatu yang lain. Artinya bisa menggantikan, mewakili dan menyajikan.

Semiotika sebagai salah satu kajian media massa telah menjadi pendekatan penting dalam teori media sejak akhir tahun 1960-an, sebagai hasil pengembangan Roland Barthes. Menurut Roland Barthes, semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah seperangkat yang dipakai dalam rangka upaya berusaha mencapai jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Ia pun membedakan dua pengertian (*signification*) dari semiotika yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah level deskriptif dan harafiah makna yang disepakati seluruh anggota budaya. Pada level konotasi, makna dihasilkan oleh hubungan antara signifier dan budaya secara luas yang mencakup kepercayaan-kepercayaan, tingkah laku, kerangka kerja dan ideology dari sebuah formasi sosial. Semiologi, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*), memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat di campur adukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek – objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi system terstruktur dari tanda. (Sobur, 2003:15). Semiotika Barthes merupakan pengembangan dari semiotika Saussure dengan menyelidiki hubungan antara tanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) pada sebuah tanda (*sign*). Hubungan penanda dan petanda bukanlah kesamaan tapi ekuivalen. Bukannya yang kemudian membawa pada yang lain tetapi hubunganlah yang menyatukan keduanya (Kurniawan, 2001:22).

Saussure sangat tertarik pada relasi *signifier* dengan *signified* dan satu tanda dengan tanda-tanda yang lain. Minat Saussure pada relasi *signifier* dengan *signified* telah berkembang menjadi perhatian utama di dalam tradisi semiotika Eropa. Saussure sendiri memusatkan perhatiannya untuk mengartikulasikan teori linguistik dan membuatnya semata – mata mendalami bidang studi yang mungkin dia sebut semiologi. Saussure membagi tanda terdiri atas *signifier* dan *signified*.

Signifier (penanda) adalah bunyi atau coretan bermakna, sedangkan *signified* adalah gambar mental atau konsep sesuatu dari *signifier* (penanda). Hubungan antara keberadaan fisik tanda atau konsep mental tanda tersebut dinamakan *signification*. Dengan kata lain *signification* ada upaya memberi makna terhadap dunia (fiske, 2004:66). Semiotika, sebagaimana dijelaskan oleh Ferdinand de Saussure adalah “ilmu yang mempelajari peran tanda (*sign*) sebagai bagian dari kehidupan sosial”. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari struktur, jenis, tipologi, serta relasi-relasi tanda dalam penggunaan ya di dalam masyarakat. Oleh sebab itu, semiotika mempelajari relasi diantara komponen-komponen tersebut dengan masyarakat penggunanya.

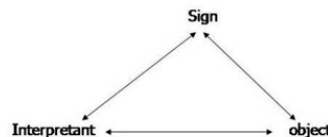
Peirce (dalam Zoest 1978: 1) mengatakan semiotik adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda.

Sementara Peirce (dalam Pradopo, 2003: 119) berpendapat semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial atau masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda, semiotik itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, dan konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti.

Teori Tanda dari Peirce. Definisi tanda dari Peirce adalah :

A sign, or representamen, is something which stands to somebody for something in some respect or capacity. It addresses somebody, that is, creates in the mind of that person an equivalent sign which perhaps a more developed sign. That sign which it creates I call interpretant of the first sign. The sign stands for something, its object it stands for that object not in all respects, but in reference to a sort of idea.

Ada tiga komponen dalam tanda Peirce, yaitu *representamen (sign)*, *interpretant*, dan *object*. Karena itu definisi tanda Peirce dikenal sebagai *tradic* bersisi tiga. Berikut gambar segitiga tanda Peirce.



Gambar 1

Elemen-elemen Makna dari Peirce

Sesuatu dapat disebut *representamen* jika memenuhi dua syarat yaitu, pertama bisa dipersepsi, baik dengan panca indera maupun dengan pikiran atau perasaan dan ke dua berfungsi sebagai tanda. Jadi *representamen* bisa apa saja asalkan berfungsi sebagai tanda yang dapat mewakili sesuatu yang lain. *Object* adalah komponen yang diwakili tanda, objek merupakan sesuatu yang lain. Komponen bisa berupa materi yang tertangkap pancaindra, bisa juga bersifat mental atau imajiner. *Interpretant* artinya berupa istilah lain yang oleh Peirce disebut *significance*, *signification*, dan *interpretatio*.

METODE PENELITIAN

Denzin & Lincoln (1994:105) mendefinisikan paradigma sebagai: “*Basic belief system or worldview that guides the investigator, not only in choices of method but in ontologically and epistemologically fundamental ways.*” Pengertian tersebut mengandung makna paradigma adalah system keyakinan dasar atau cara memandang dunia yang membimbing peneliti tidak hanya dalam memilih metoda tetapi juga cara-cara fundamental yang bersifat ontologis dan epistemologis.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Karena konstruktivis adalah paradigma dimana kebenaran suatu realitas social dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas social bersifat relatif. Sehingga paradigma kualitatif konstruktivis ini digunakan peneliti untuk melihat sebuah realitas dari sebuah bumper program televisi yang merupakan hasil konstruksi manusia (*designer*). Karena realitas-realitas yang ada dalam bentuk konstruksi mental yang bersifat ganda, didasarkan secara social dan pengalaman, local dan khusus bentuk dan isinya, tergantung pada mereka yang mengemukakannya.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah visualisasi program dalam bumper program televisi "Sarah Sechan" yang disiarkan di Net TV pada hari Senin hingga Jumat pukul 8.00 dan 15.30 WIB. Opening bumper "Sarah Sechan" berdurasi 18 detik dengan beberapa adegan yang menampilkan Sarah Sechan yang menjadi pemandu acara tersebut dalam beberapa macam warna di bagian latar belakang bumper.

Bumper biasanya menampilkan kesan dan pesan terhadap acara yang sedang berlangsung melalui tipografi, warna, efek-efek yang digunakan, maupun objek-objek visual, sampai musik (background) yang mendukung atau menghidupkan suasana dikomposisikan dengan baik yang memiliki fungsi sebagai pengaplikasian identitas diri program acara tersebut.

Adegan Ke Tiga



Adegan ke tiga bumper "Sarah Sechan"

Ikon	Indeks	Simbol
Latar belakang berwarna hijau kebiruan dengan Sarah Sechan yang berada di tengah ruangan yang memegang bingkai foto di bagian tengah badan. Pandangan Sarah Sechan dalam bingkai foto mengarah ke atas. Pengambilan gambar dari pundak hingga bawah pinggang. Pakaian yang dikenakan	Warna hijau kebiruan memiliki arti kesuburan, masa muda, giat, abadi, pertumbuhan, kreatif, produktif, langit, damai, harmoni, tenang, dan bijaksana. Bumper tidak menggunakan gambar lain untuk latar belakang, hanya menampilkan sosok Sarah Sechan, membuat pemirsa hanya fokus	Warna hijau kebiruan menandakan bahwa acara "Sarah Sechan" merupakan talkshow yang ringan, dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, isi acara yang menghibur sekaligus memberikan informasi serta diharapkan bahwa acara ini dapat tayang dalam jangka waktu yang lama. Selain itu, penggunaan

Sarah Sechan bersifat semi formal, yaitu jas, blus, dan celana jeans.

kepada objek (Sarah Sechan).Pakaian yang dikenakan oleh Sarah Sechan yaitu semi formal dengan blus, jas, dan celana jeans yang memberikan kesan santai namun tetap dalam kaidah kesopanan. Bingkai foto memiliki makna sebuah kenangan atau refleksi diri (saat objek berada di dalam bingkai foto). Sarah Sechan menurunkan kembali bingkai foto yang sebelumnya ia lempar ke atas mengartikan bahwa ia mengajak pemirsa untuk terus fokus memperhatikan bingkai tersebut.

warna ini di bagian awal juga untuk relaksasi dan menetralsir mata, sehingga pemirsa tidak “kaget” saat pertama kali melihat bumper. Kemudian teknik pengambilan gambar middle shot yang menandakan hubungan personal yang semakin intens dengan subyek dan sudut pandang eye level yang menandakan kesamaan derajat dan kesejajaran. Ke duanya bermakna bahwa Sarah Sechan selaku pembawa acara talkshow memiliki karakter yang friendly, humoris dan selalu ingin dekat dengan bintang tamu ataupun dengan pemirsa yang berada di studio ataupun di rumah.

Bingkai foto berbentuk kotak bermakna bahwa acara ini memiliki tingkat memorabilia yang tinggi di hati pemirsa. Sarah Sechan menurunkan kembali bingkai foto yang sebelumnya ia lemparkan ke atas, menandakan selain acara bisa berlangsung secara seru juga bisa kembali santai. Kemudian makna ekspresi Sarah Sechan dalam bingkai yang memandang ke arah atas yaitu mengingat atau membayangkan sesuatu. Sedangkan mulut yang tertutup dan mengerucut

ke bagaian tengah bibir bermakna memperhatikan sesuatu dengan kritis atau serius. Pengambilan gambar Sarah Sechan dalam bingkai foto menggunakan teknik close up yaitu pengambilan gambar yang hanya fokus pada bagian tertentu, hal ini memberi makna intimitas dan kedekatan.

Adegan Ke Dua Belas



Adegan ke dua belas bumper “Sarah Sechan”

Ikon	Indeks	Simbol
Latar belakang berwarna merah tanpa gambar lainnya hanya menampilkan Sarah Sechan yang tersenyum dengan arah pandangan ke kanan. Sarah Sechan sedang memegang bingkai foto kosong yang ia masukkan ke	Warna merah yang digunakan untuk latar belakang adalah nasib baik, tulus, gairah, kuat, enegrgi, cinta, roman, gembira, marah, dan menonjol. Bumper tidak menggunakan gambar lain untuk latar belakang, hanya	Warna merah pada latar belakang menandakan bahwa acara ini dibungkus dengan perbincangan yang bergairah dan menimbulkan kegembiraan bagi bintang tamu dan penonton serta sering

dalam badannya hingga setengah dada. Kemudian terdapat teks bertuliskan “So Inspiring” berwarna kuning dan transparan dengan jenis font sans serif.

menampilkan sosok Sarah Sechan, membuat pemirsa hanya fokus kepada objek (Sarah Sechan). Arah pandangan Sarah Sechan ke kanan dengan sambil tersenyum mengartikan bahwa ia sedang membayangkan sesuatu. Sarah Sechan memasukkan bagian atas badannya ke dalam bingkai mengartikan bahwa acara talkshow ini berbeda dengan talkshow lainnya. Sedangkan penggunaan warna kuning dalam teks “So” memiliki arti arti sinar matahari, gembira, bahagia, optimis, cerdas, harapan, persahabatan, dan bergaul. Penggunaan warna transparan memiliki arti sesuatu yang baru dan dapat membaur.

pula mengangkat kisah-kisah pribadi bintang tamu. Arah pandangan Sarah Sechan ke kanan dengan sambil tersenyum menandakan bahwa perbincangan yang ia lakukan dengan bintang tamu dapat berupa sesuatu yang baru dan berbeda dengan sebelumnya. Hal ini juga didukung dengan gerakan Sarah Sechan yang memasukkan bingkai foto kosong ke dalam bagian atas badannya yang menandakan sebuah suatu cara yang baru dan kreatif dalam memlihat atau memandang sesuatu. Ditambah pula dengan teks pendukung “So Inspiring” yang dalam bahasa Indonesia berarti “Begitu Menginspirasi”. Menandakan bahwa acara talkshow ini dapat membuat inspirasi atau memberikan pemikiran baru kepada pemirsa.

Penggunaan warna kuning untuk teks “So” selain sebagai kekontrasan warna dengan latar belakang (merah) sehingga memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi, juga memiliki makna keceriaan. Sedangkan penggunaan teknik transparan untuk teks “Inspiring” memiliki

makna bahwa acara ini dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Teks menggunakan font sans serif menandakan acara bersifat modern, kontemporer dan efisien. Teknik pengambilan medium shot ini menandakan hubungan personal yang intens, sudut pandang eye level menandakan kesamaan derajat dan kesejajaran. Ke duanya bermakna bahwa Sarah Sechan selaku pembawa acara talkshow ingin membuat suasana yang kental dengan persahabatan.

Adegan Ke Dua Puluh Tiga



Adegan ke dua puluh tiga bumper “Sarah Sechan”

Ikon	Indeks	Simbol
Latar belakang berwarna kuning tanpa gambar-gambar lain, hanya menampilkan Sarah Sechan yang berdiri di	Warna kuning memiliki arti sinar matahari, gembira, bahagia, optimis, cerdas, harapan, persahabatan, dan	Warna kuning menandakan bahwa acara tersebut dapat menimbulkan keceriaan dan melakukan

tengah dengan tatapan lurus ke depan dengan dagu yang sedikit turun dan bibir yang sedikit terbuka. Sarah Sechan sedang memegang bingkai foto yang menampilkan wajah Sarah Sechan menghadap depan (ke arah kamera) dengan bahu (badan) yang masih menghadap ke sebelah kanan. Mata Sarah Sechan terbuka dengan menatap lurus ke depan, alis ditarik ke dalam, dan bibir tertutup.

bergaul. Bumper tidak menggunakan gambar lain untuk latar belakang, hanya menampilkan sosok Sarah Sechan, membuat pemirsa hanya fokus kepada objek (Sarah Sechan). Bingkai foto memiliki makna sebuah kenangan atau refleksi diri (saat objek berada di dalam bingkai foto). Ekspresi Sarah Sechan yang serius mengartikan bahwa ia sedang berpikir atau membayangkan sesuatu. Sedangkan mata Sarah Sechan yang terbuka lebar dan mulut tertutup mengartikan keseriusan.

perbincangan secara bersahabat dengan bintang tamu ataupun penonton di studio atau di rumah. Selain itu pergantian warna dari warna panas (merah) ke warna hangat (kuning) digunakan untuk mencari perhatian agar penonton tidak bosan. Ekspresi yang serius dari Sarah Sechan memberi makna bahwa acara talkshow dapat bernuansa serius, hal ini juga didukung oleh tatapan lurus Sarah Sechan dengan bibir yang tertutup menandakan bahwa acara talkshow juga bisa bersifat formal atau serius dalam menyampaikan informasi bagi pemirsa.

Teknik pengambilan gambar medium shot memiliki makna hubungan personal yang intens dengan subyek, sedangkan teknik pengambilan gambar dalam bingkai adalah close up yang menandakan ingin membuat keintiman atau kedekatan dengan pemirsa dan sudut pandang eye level menandakan kesamaan derajat dan kesejajaran. Ke duanya bermakna bahwa Sarah Sechan selaku pembawa acara talkshow ingin membuat

suasana yang kental dengan persahabatan.

Adegan Ke Dua Puluh Lima



Adegan ke dua puluh lima bumper “Sarah Sechan”

Ikon	Indeks	Simbol
Warna abu-abu yang menjadi latar belakang tanpa ada gambar lainnya hanya menampilkan Sarah Sechan yang sedang tertawa, mulut terbuka lebar, dan mata menatap ke depan.	Warna abu-abu yang memiliki arti dapat diandalkan, elegan, masa lalu, rendah hati, rasa hormat, bijaksana, seimbang, dan netral. Bumper tidak menggunakan gambar lain untuk latar belakang, hanya menampilkan sosok Sarah Sechan, membuat pemirsa hanya fokus kepada objek (Sarah Sechan). Ekspresi Sarah Sechan yang tertawa lepas ini mengartikan bahwa ia orang sangat suka dengan humor dan keceriaan.	Warna abu-abu sebagai latar belakang menandakan bahwa acara talkshow ini meski bertemakan santai namun tetap menjaga kesopanan dan menggunakan gaya bicara yang elegan dan memberi rasa hoemat kepada bintang tamu atau penonton. Warna ini juga menandakan bahwa acara tersebut diharapkan dapat bertahan lama (stabil). Perpindahan warna dari warna panas (merah) ini juga menurunkan kembali intensitas mata karena menggunakan warna dingin (abu-abu).

Teknik pengambilan gambar close up menandakan bahwa acara ini ingin membuat keintiman atau kedekatan dengan pemirsa, sudut pandang eye level menandakan kesamaan derajat dan kesejajaran. Ke duanya bermakna bahwa Sarah Sechan selaku pembawa acara talkshow ingin membuat suasana yang kental dengan persahabatan. Selanjutnya ekspresi Sarah Sechan yang tertawa lepas ini menandakan bahwa acara talkshow dapat menghibur pemirsa dengan perbincangan yang ceria dan humor-humor yang dikeluarkan oleh pembawa acara.

Adegan Ke Dua Puluh Sembilan



Adegan ke dua puluh sembilan bumper “Sarah Sechan”

Ikon	Indeks	Simbol
<p>Warna biru tua (lebih gelap) sebagai latar belakang dengan teks yang bertuliskan “Sarah Sechan” berwarna biru muda (lebih terang). Jenis font script, yaitu huruf menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan.</p>	<p>Warna biru yang berarti produktif, damai, kesatuan, harmoni, tenang, percaya, sejuk, kuat, dan kebenaran. Sedangkan warna hitam memiliki arti klasik, kekuatan, baru, kecerdasan, modern, formal, elegan, dan profesional. Jenis font script yang memberi kesan sifat pribadi dan akrab.</p>	<p>Warna biru sebagai latar belakang menandakan bahwa acara talkshow bersifat netral tanpa keberpihakan dan memberikan informasi yang benar kepada pemirsa serta penggunaan warna biru sebagai harapan agar acara ini bisa terus produktif menampilkan sesuatu yang baru agar dapat terus menjadi program favorit pemirsa. Penggunaan warna biru muda untuk teks “Sarah Sechan” adalah sebagai kekontrasan warna dengan latar belakang sehingga memiliki tingkat kemudahan mata mengenali dan membaca tulisan yang tinggi. Jenis font script dipilih untuk teks yang ke dua memberi makna tentang keakraban, menandakan bahwa pembawa acara melakukan perbincangan secara bersahabat dengan bintang tamu dan membawa acara talkshow selalu ingin dekat dengan hati pemirsa.</p> <p>Animasi munculnya teks “Sarah Sechan” ini adalah seperti tulisan tangan yang menandakan harapan bahwa acara talkshow dapat terus berjalan baik dan selalu diikuti oleh</p>

pemirsa dari awal acara hingga selesai bahkan terus dinantikan episode berikutnya. Teknik pengambilan gambar full shot menandakan hubungan sosial yang terjalin baik antara acara talkshow dengan pemirsa dan sudut pandang eye level menandakan kesamaan derajat dan kesejajaran. Ke duanya bermakna bahwa Sarah Sechan selaku pembawa acara talkshow ingin membuat suasana yang kental dengan persahabatan.

PENUTUP

Kesimpulan. Dari analisis data dan pembahasan mengenai tanda-tanda visual yang terdapat dalam bumper “Sarah Sechan” menggunakan metode analisis semiotika Peirce, maka hasil penelitian yang ditemukan yaitu :

1. Komunikasi visual mempunyai kesempatan untuk lebih cepat dan langsung dimengerti dari pada bahasa verbal, tulisan, lisan, atau suara. Oleh karena itu, pemanfaatan komunikasi visual melalui struktur rupa seperti garis, warna, dan komposisi, sebagai media pembentuk identitas pada sebuah lembaga digunakan untuk mengefektifkan penyampaian pesan mengenai identitas tersebut.
2. Struktur pesan pada bumper untuk menyampaikan identitas sebuah program disusun berdasarkan sesuatu hal yang berada di dalam lingkup program tersebut melalui pendekatan koneksitas dari filosofis, ideologi, visi dan misi program. Secara ilmu komunikasi bahwa komunikatif sebuah pesan harus ada sebagai kunci keberhasilan sebuah pesan tersebut sampai ke penerima pesan, begitupun dengan pesan yang ingin disampaikan oleh sebuah program kepada khalayak melalui bumper. Dengan visualisasi bumper yang sesuai dengan makna yang diharapkan maka mampu membuat khalayak mudah memahami pesan tanpa perlu penjelasan panjang lebar. Ditambah dengan visualisasi yang unik mampu menarik perhatian mencapai sensasi persepsi.
3. Komunikasi visual merupakan salah satu bagian dari seni terapan yang mempelajari perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi dengan perjalanan kreatifnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi; mencari data verbal dan visual; menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran; sampai dengan penentuan visualisasi final untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetik, dan komunikatif.

Saran. Sehubungan dengan penelitian ini, saran yang dapat penulis berikan adalah sbb:

1. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin membaca tanda-tanda visual dalam sebuah bumper sebagai pembentuk identitas program yaitu agar lebih akurat lagi. Hendaknya peneliti melakukan penelitian kepada khalayak dan pihak televisi, sehingga dapat dilihat apakah terdapat pengaruh bagi pengetahuan pemirsa mengenai program televisi dari visualisasi bumper sebagai identitas program. Selain itu diperlukan penelitian mendalam terhadap pihak televisi untuk memperoleh pemahaman dan analisis yang lebih lengkap sehingga dapat melihat alasan pengaplikasian tanda-tanda visual pada bumper dan untuk mengetahui adakah ideologi yang ingin ditanamkan oleh pihak televisi (ataupun program) kepada pemirsa.
2. Kemudian diperlukan penambahan teori terkait dengan konstruksi sosial media massa untuk menjawab konstruksi sosial media massa (dalam penelitian ini adalah media penyiaran televisi) adalah cara bagaimana realitas baru itu dapat dikonstruksi oleh media melalui interaksi simbolis dan padanan budaya dalam dunia intersubjektif serta proses pelebagaan realitas baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Denzin, Norman K, Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*, Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Fiske, John. 2011. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Goux, Melanie, James A. Houff. 2003. *On Screen in time : Transitions in motion graphic design for television and new media*. RotoVision, Switzerland.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang : Indonesiatera.
- Pradopo, Rachmat Djoko. 2003. *Beberapa Teori Sastra, Metode Kritik, dan Penerapannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudjiman, Panuti, Aart Van Zoest (Terj). 1996. *Serba-serbi Semiotika*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Preusan Top Dunia*. Andi. Yogyakarta.