

**SKRIPSI**

**“KOMUNIKASI VISUAL PADA *BUMPER TALKCATION* RBTV”**

**(ANALISA SEMIOTIKA CHARLES SANDRES PEIRCE)**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh :**

Yosua Kurniawan Sanjaya

(20.67.0022)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI VISUAL PADA BUMPER TALKCATION RBTV**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Yosua Kurniawan Sanjaya**  
NIM 20.67.0022

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 7 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Andreas Tri Pamungkas, M.A.  
NIK. 190302522

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI VISUAL PADA BUMPER TALKCATION RBTV**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yosua Kurniawan Sanjaya  
NIM 20.67.0022

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 21 Maret 2024

**Nama Penguji**

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.IKom., M.IKom.  
NIK. 190302486

Riski Damastuti, S.Sos, M.A.  
NIK. 190302475

Andreas Tri Pamungkas, M.A.  
NIK. 190302522

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
21 Maret 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302107

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 29 Februari 2024



Yosua Kurniawan Sanjaya

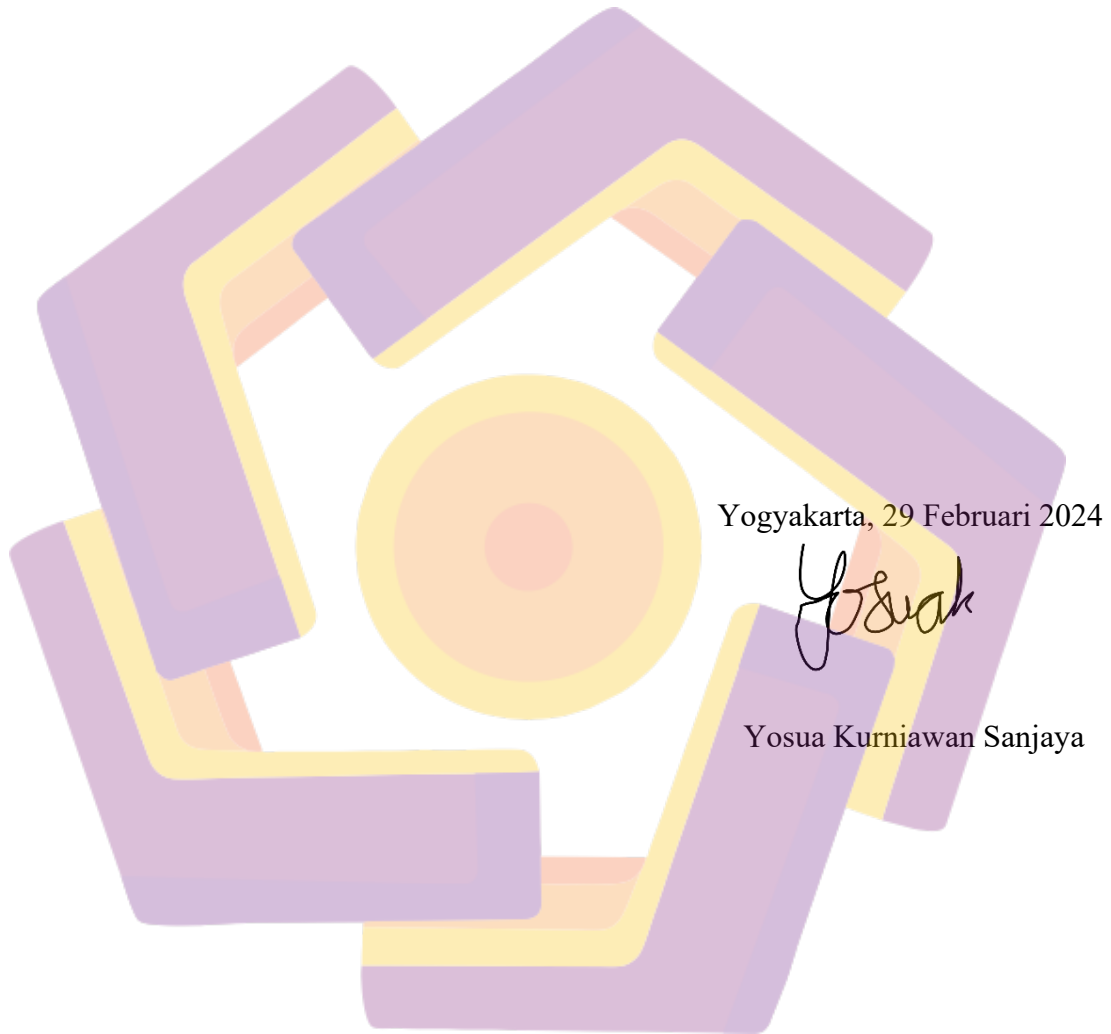
NIM. 20.67.0022

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komunikasi Visual Pada Bumper Talkcation RBTv” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam pengerjaannya, penulis meyakini bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak, Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Lutfhi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Andreas Tri Pamungkas, M.A., selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pihak Reksa Birama Televisi (RBTv) yang telah memberikan izin dalam penelitian ini terutama kepada Ibu Sunar Handari, S.Pd. selaku Manager Program dan Bapak Subkhan Agus, S selaku Manager Produksi .
6. Rumah Produksi Cipta Karya Media yang telah memberikan dukungan dan waktu untuk berkembang dan anggota didalamnya yaitu Febriansyah Dwi Putranto, Albion Ashar, Juan Bagoes, Ryan Danillo Rada, Bobi Julius, Ferdiansyah Ardi A, Rizqi Amalia, Nerissa Nur Fitriandina, Ajeng Laras Nastiti dan Zahra Nur Aziza.
7. Kepada semua Pengurus UKM Komunitas Multimedia Amikom Periode 2022/2023 yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama masa-masa penyusunan skripsi ini.

8. Kepada Ibu Febe Harini Kustantinah, Anna Marsiana, dan Bapak Octavianus Harefa sebagai keluarga Modena yang membantu memberikan motivasi dan memfasilitasi dari awal perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.



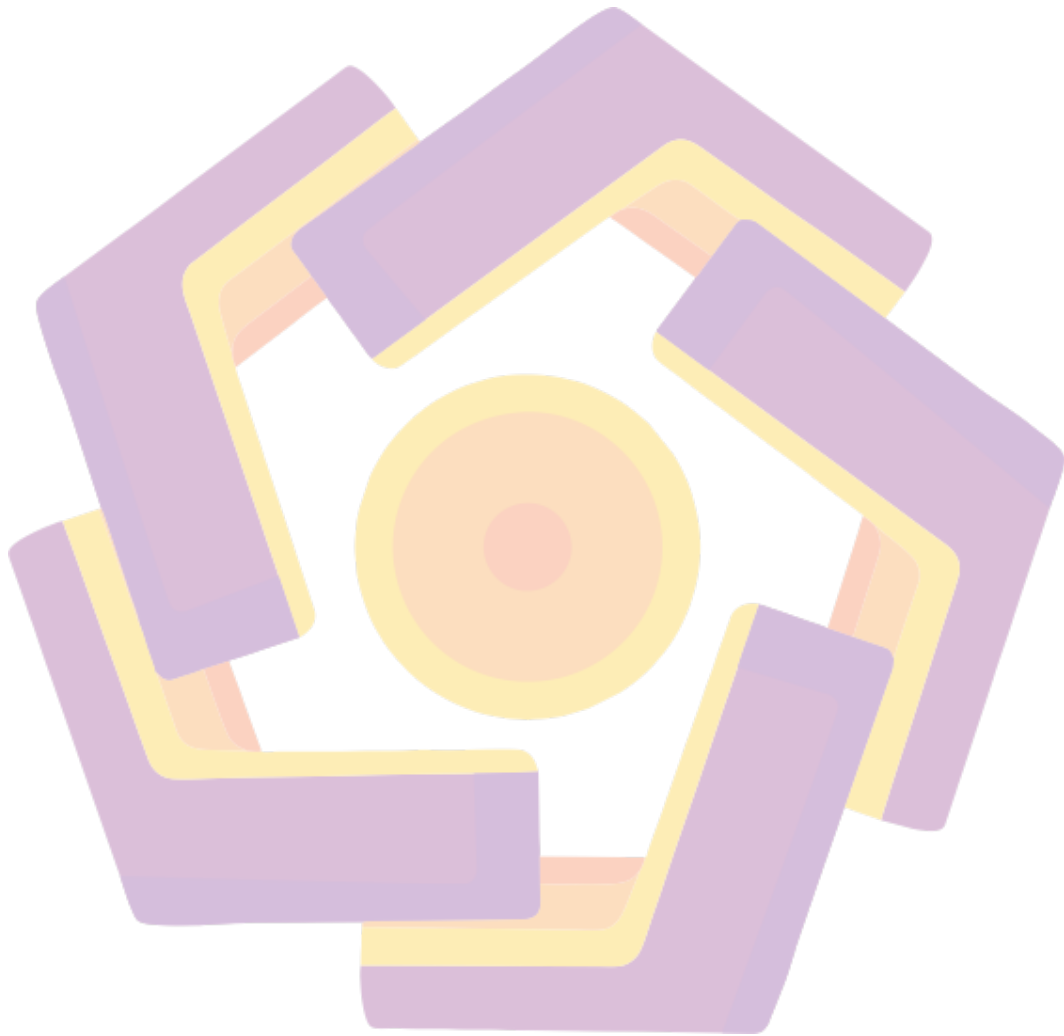
## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    LATAR BELAKANG.....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH .....	6
1.3    TUJUAN PENELITIAN .....	6
1.4    MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.4.1    Manfaat Akademis .....	6
1.4.2    Manfaat Praktisi.....	7
1.5    SISTEMATIKA PENULISAN .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1    PENELITIAN TERDAHULU .....	9
2.2.    KERANGKA TEORI.....	12
2.2.1    Desain Komunikasi Visual.....	12
2.2.2    Motion Graphic.....	20
2.2.3    Bumper Sebagai Identitas Visual Program Televisi .....	21
2.2.4    Program <i>Talkshow</i> .....	24
2.2.5    Semiotika Charles S Pierce .....	24
2.3.    Kerangka Berpikir .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELETIAN</b> .....	<b>29</b>

<b>3.1</b>	<b>PARADIGMA PENELITIAN</b> .....	29
<b>3.2</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	29
<b>3.3</b>	<b>JENIS PENELITIAN</b> .....	30
<b>3.4</b>	<b>OBJEK PENELITIAN</b> .....	30
<b>3.5</b>	<b>SUMBER DATA</b> .....	31
3.5.1	Data Primer .....	31
3.5.2	Data Sekunder.....	31
<b>3.6</b>	<b>TEKNIK PENGUMPULAN DATA</b> .....	31
3.6.1	Dokumentasi .....	31
3.6.2	Observasi .....	32
3.6.3	Studi Pustaka.....	32
<b>3.7</b>	<b>TEKNIK ANALISIS DATA</b> .....	32
3.7.1	Reduksi data .....	32
3.7.2	Penyajian Data .....	33
3.7.3	Penarikan Kesimpulan .....	33
<b>3.8</b>	<b>UJI KEABSAHAN DATA</b> .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>35</b>
4.1	DESKRIPSI <i>TALKCATION</i> .....	35
4.2	HASIL PENELITIAN .....	36
4.2.1	Analisis Unsur Logo .....	37
4.2.2	Analisis Bumper <i>TalkCation</i> .....	41
4.3	PEMBAHASAN .....	44
4.3.1	Desain Komunikasi Visual Logo .....	44
4.3.2	Bumper Program .....	48
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>54</b>
5.1	KESIMPULAN .....	54
5.2	SARAN .....	55
5.2.1	Saran Akademis.....	55



5.2.2	Saran Praktisi .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>56</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>59</b>

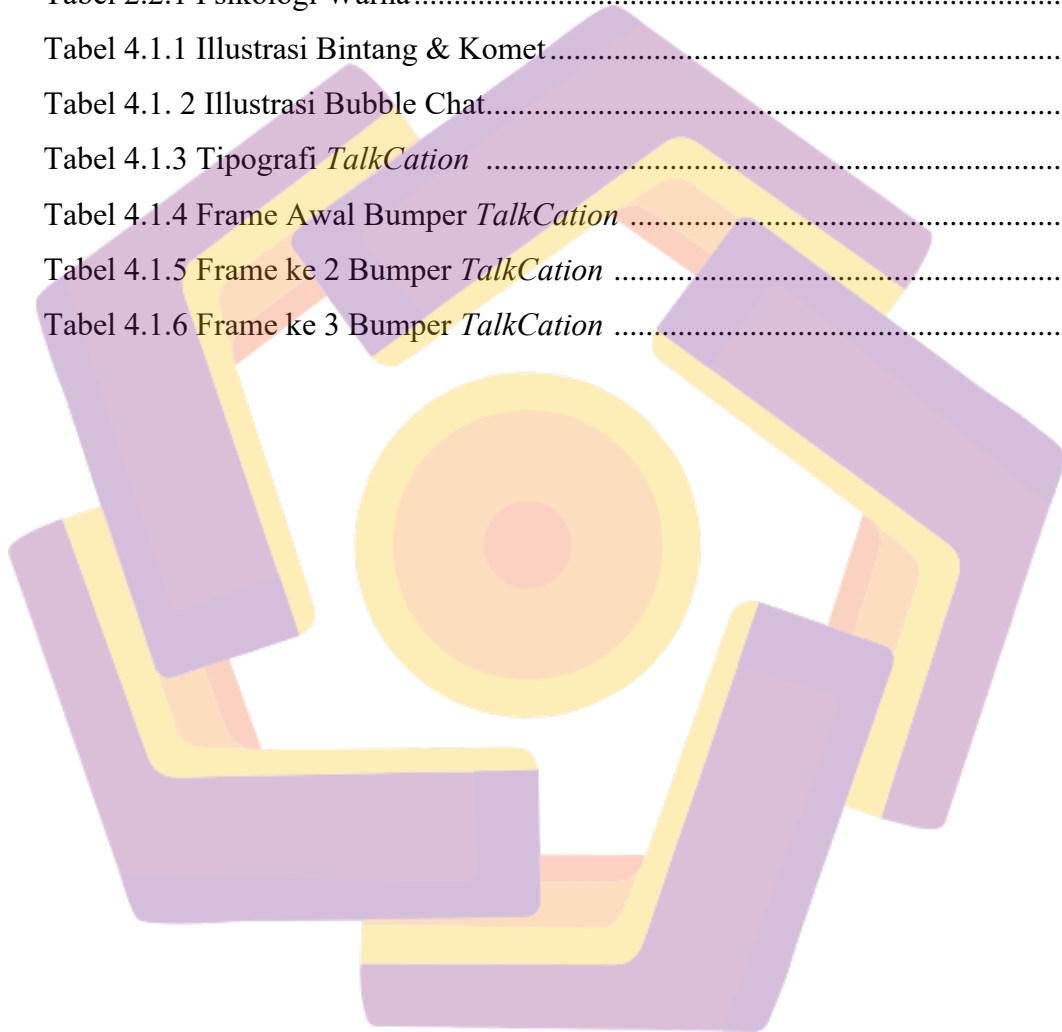


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jenis Garis dalam DKV .....	14
Gambar 2.2 Jenis Warna .....	16
Gambar 2.3 Kontras .....	18
Gambar 2. 4 Triangel Meaning Charles Sandres Peirce .....	25
Gambar 2. 5 Kerangka Berpikir .....	28
Gambar 4.1 Logo <i>TalkCation</i> Sebelumnya.....	35
Gambar 4.2 Logo <i>TalkCation</i> Batch 5 .....	36
Gambar 4.2.1 Ilustrasi Bintang & Komet .....	45
Gambar 4.2.2 Ilustrasi Bubble Chat.....	46
Gambar 4.2.3 Tipografi <i>TalkCation</i> .....	47
Gambar 4.2.4 Pallet Warna Pada Logo <i>TalkCation</i> .....	47
Gambar 4.2.5 Frame Awal Bumper <i>TalkCation</i> .....	49
Gambar 4.2.6 Frame ke 2 Bumper <i>TalkCation</i> .....	50
Gambar 4.2.7 Frame ke 3 Bumper <i>TalkCation</i> .....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 2.2.1 Psikologi Warna.....	16
Tabel 4.1.1 Ilustrasi Bintang & Komet.....	37
Tabel 4.1. 2 Ilustrasi Bubble Chat.....	39
Tabel 4.1.3 Tipografi <i>TalkCation</i> .....	40
Tabel 4.1.4 Frame Awal Bumper <i>TalkCation</i> .....	41
Tabel 4.1.5 Frame ke 2 Bumper <i>TalkCation</i> .....	42
Tabel 4.1.6 Frame ke 3 Bumper <i>TalkCation</i> .....	43



## ABSTRAK

Program televisi memiliki hubungan yang sangat erat dengan aspek visual yang disajikan kepada penonton. Penyusunan visual yang cermat oleh tim kreatif akan menghasilkan karya visual yang menarik. Memahami elemen visual memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap ilmu seperti Desain Komunikasi Visual serta interpretasi makna yang terkandung dalam setiap karya seni visual. Semiotika menjadi landasan penting dalam memahami tanda-tanda visual yang memiliki makna, sehingga dapat dipahami oleh penonton secara lebih mendalam. Dalam konteks televisi, elemen visual akan menjadi identitas yang kuat, karena penggunaan kontinuitas dan konsistensi dalam setiap konten akan membentuk identitas visual yang khas. Logo, sebagai bagian penting dari pembuatan bumper, mewakili identitas perusahaan atau program acara. Pentingnya perhatian terhadap penyusunan logo dengan mempertimbangkan target audiens adalah agar penonton dapat dengan mudah mengingat dan terhubung dengan visual yang dipresentasikan. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis elemen-elemen semiotika dalam desain visual TalkCation, termasuk pemilihan warna, tipografi, grafis, dan tata letak. Melalui studi kasus, peneliti mengidentifikasi simbol, ikon, dan indeks yang digunakan dalam desain untuk menyampaikan pesan, membangun citra merek, dan mengekspresikan nilai-nilai yang terkait dengan program tersebut.

**Kata Kunci:** *Talkshow*, *Televisi*, *Desain Komunikasi Visual*, *Semiotika*

## ABSTRACT

Television programs have a close relationship with the visual aspects presented to the audience. Careful visual composition by the creative team results in captivating visual works. Understanding visual elements requires a deep understanding of disciplines such as Visual Communication Design and the interpretation of meanings embedded in each visual artwork. Semiotics serves as a crucial foundation in understanding visual signs that carry meaning, thus enabling a deeper comprehension by the audience. In the context of television, visual elements form a strong identity due to their continuous and consistent use in every content, shaping a distinctive visual identity. The logo, as a crucial component of bumper creation, represents the identity of the company or program. The importance of attention to logo development considering the target audience is to ensure that viewers can easily recall and connect with the presented visuals. In this study, a qualitative approach is utilized to analyze semiotic elements in the visual design of TalkCation, including color selection, typography, graphics, and layout. Through a case study, researchers identify symbols, icons, and indices used in the design to convey messages, build brand images, and express values associated with the program.

**Keywords:** *Talkshow, Television, Design Communication Visual, Semiotika*