



## Makna Tanda pada Poster Digital sebagai Media Promosi Wisata: Pendekatan Semiotika Saussure

Tri Pujiati<sup>1\*</sup>, Meria Zakiyah Alfisuma<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

---

### Article info

### A B S T R A C T

#### Article history:

Received: 30-10-2023

Revised : 09-02-2024

Accepted: 13-02-2024

#### Kata kunci:

makna tanda;

poster pariwisata

digital;

semiotika Saussure

Poster wisata berisi ajakan dengan menggunakan tanda-tanda berupa teks dan juga gambar visual yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini berupaya untuk melihat pemaknaan verbal dan visual pada poster wisata digital di Bangkalan, Madura. Penelitian dengan desain deskriptif kualitatif ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dari poster digital yang ada di Bangkalan, Madura. Poster wisata digital yang diteliti sebanyak 3 buah dan telah diunggah ke media sosial (FB, IG, dan Tiktok). Poster wisata digital dilengkapi dengan penggunaan 3 bahasa (Madura, Indonesia, dan Inggris) dan juga desain gambar yang menarik yang menggambarkan kearifan lokal masyarakat Madura. Penelitian dengan menggunakan pendekatan teori Semiotik Saussure ini menunjukkan hasil bahwa tampilan visual dan verbal pada poster memberikan informasi yang jelas terkait ajakan untuk mengunjungi tempat wisata di Bangkalan.

#### *The Meaning of Signs on Digital Posters as Tourism Promotion Media: Saussure's Semiotic Approach*

*Tourist posters contain invitations using signs in the form of text and also visual images that are interesting to examine. This research attempts to look at the verbal and visual meaning of digital tourist posters in Bangkalan, Madura. This research with a qualitative descriptive design was carried out using data collection techniques in the form of documentation from digital posters in Bangkalan, Madura. There were 3 digital tourist posters researched and uploaded to social media (FB, IG, and Tiktok). Digital tourist posters are equipped with the use of 3 languages, (Madurese, Indonesian and English) and also attractive image designs that depict the local wisdom of the Madurese people. Research using Saussure's semiotic theory approach shows the results that the visual and verbal displays on the poster provide clear information regarding the invitation to visit tourist attractions in Bangkalan.*

#### Keywords:

digital tourist posters;

meaning of signs;

Saussure semiotics

Copyright © 2024 Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

All rights reserved.

---

Corresponding author: Tri Pujiati, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia.

E-mail address: [tri.pujiati@trunojoyo.ac.id](mailto:tri.pujiati@trunojoyo.ac.id)



## PENDAHULUAN

Poster digital sebagai media informasi sangat diperlukan sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah wisatawan di Bangkalan, Madura. Media sosial saat ini telah berkembang pesat di kalangan masyarakat (Patriansah dkk., 2021). Salah satu sarana untuk menyebarkan poster adalah media sosial. Media sosial mengacu pada penggunaan platform yang ditandai dengan adanya aktivitas online (Kurniasih, 2016). Sebuah poster dibuat dengan gambar menarik dan tulisan yang memiliki makna (Ramalia dkk., 2016). Dalam sebuah poster terdapat simbol-simbol sederhana yang memiliki makna tertentu (Sulistriyani & Kuntoro, 2021). Desain poster yang menarik, unik (Sudiani, 2016), dan komunikatif dapat menarik minat pembaca. Unsur visual dan verbal pada poster memiliki daya tarik untuk pembaca (Permatasari, 2020).

Penelitian ini berupaya untuk menganalisis pemaknaan tanda visual dan verbal yang terdapat pada poster wisata digital di Bangkalan, Madura dengan menggunakan pendekatan semiotik. Penulis melakukan penelusuran terkait kajian semiotika yang sudah pernah diteliti. Penelitian tentang semiotika pernah dilakukan oleh Kolly (2013) terkait semiotika pada iklan; Perdana (2015) terkait semiotika pada unsur non-verbal poster; Pujiati (2015) tentang semiotika pada iklan; Suciyanto (2016) menemukan bahwa makna poster bergantung pengetahuan peneliti; Anggasta & Franzia (2016) tentang semiotik visual pada poster; Kartika, dkk., (2016) meneliti tanda pada iklan; Agustina (2017) meneliti semiotik pada cerita pendek; Riwu & Pujiati (2018) semiotik pada film; Viatra (2019) meneliti makna visual pada poster Obama; Persada (2020) meneliti poster pada film; Al-Naimat, Ghazi (2019) meneliti tanda di platform online di Jordania; (Al-Ghamdi, 2020) meneliti multimodal di media sosial; Wulandari & Islam (2020) meneliti semiotik pada poster; Widiadnya (2020) tentang tanda visual dan verbal pada iklan; Riaz & Shaban (2020) meneliti semiotik pada lukisan dengan perspektif gender; Burhanudin dkk. (2021) dimensi pada poster; Mustafa & Syahrani (2021) meneliti tanda visual pada poster Covid-19; Maharani dkk. (2021) meneliti semiotika pada poster; Sitompul dkk. (2021) meneliti semiotika pada poster video klip; Pujiati dkk. (2021) meneliti semiotika pada komik strip; Utami dkk. (2021) meneliti semiotik pada poster film; Andina dkk. (2021); meneliti semiotik pada iklan sampo; Ropiah dkk. (2022) meneliti tentang semiotik pada batik; Susanti & Prameswari (2022) meneliti semiotika pada poster siswa; Yulius (2022) meneliti semiotika pada poster bidan; Anwar (2022) meneliti semiotika pada film; Marsheilo & Tamburian (2022) meneliti semiotika Iklan Aqua Kids; Husna & Hero (2022) meneliti semiotika pada iklan rokok; Effendi & Akhadiyahatni (2023) meneliti semiotika pada poster; Suyatno & Pujiati (2023) meneliti semiotik pada lirik lagu; Laksani & Pandanwangi (2023) meneliti semiotika pada iklan; dan Amri & Pratiwi (2023) meneliti semiotik pada poster film.

Penelitian ini berupaya untuk mengisi kerumpangan penelitian terdahulu dengan menggunakan data dari 3 poster wisata di Bangkalan Madura yang ditulis dalam 3 bahasa (Madura, Indonesia, dan Inggris) serta dilengkapi dengan visual gambar yang berisi kearifan lokal masyarakat Madura. Sampel yang digunakan sebanyak 3 data ini sudah mewakili populasi penelitian karena hanya ditemukan data sebanyak 5 poster wisata yang ditulis dengan menggunakan 3 bahasa dan juga kearifan lokal masyarakat Madura. Fenomena terkait dengan belum optimalnya pariwisata di Bangkalan ini tentunya harus dicarikan solusi sehingga



jumlah wisatawan dapat meningkat. Salah satunya adalah penggunaan poster wisata digital yang disebarluaskan melalui media sosial. Digitalisasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga segala sesuatu yang bersifat digital seperti penggunaan poster digital ini bisa diminati oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait dengan tempat wisata di Bangkalan.

Penelitian ini ingin mengkaji pemaknaan pesan yang terdapat pada poster wisata digital melalui pendekatan keilmuan semiotik dari Saussure. Semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Bagi Saussure penanda dan petanda tidak dapat dipisahkan (Martinet, 2010). Saussure menekankan kesepakatan sosial di antara komunitasnya (Nuriarta, 2016). Penanda berarti struktur tanda sedangkan petanda adalah konsep makna (Patriansah, 2020). Suatu petanda tidak mungkin lepas dari penanda (Sobur, 2017). Penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk menganalisis pemaknaan secara visual dan verbal pada poster wisata digital melalui gambar, teks, dan warna yang terdapat pada poster. Implikasi penelitian ini yaitu masyarakat dapat memahami makna ajakan yang ditampilkan secara visual dan verbal untuk mengunjungi tempat wisata di Bangkalan, Madura. Dengan adanya pemahaman terhadap pesan atau makna yang disampaikan melalui poster wisata digital tersebut diharapkan pembaca tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata di Bangkalan, Madura yang memiliki potensi wisata alam yang sangat indah dan menarik untuk dikunjungi.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan pemaknaan yang terdapat pada poster wisata digital di Bangkalan Madura. Penelitian dengan desain deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan interpretatif. Pendekatan deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk memahami fenomena dan menjelaskan dalam bentuk kata dan bahasa (Moleong, 2017). Interpretasi data dilakukan untuk melakukan penggalian informasi terkait data lapangan dan juga pemaknaan terhadap tanda-tanda yang terdapat pada poster wisata digital. Interpretasi harus berdasarkan data-data konkret (Patriansah dkk., 2021). Cara membaca tulisan atau visual dipengaruhi oleh budaya (Hermawan, 2013). Adapun tanda simbolik memiliki hubungan dengan objek secara konvensional (Rahayu, 2021).

Penelitian ini dilakukan di wilayah Bangkalan, Madura. Pemilihan Bangkalan, Madura sebagai objek kajian karena kota ini memiliki potensi alam yang bagus dan menarik untuk dikunjungi. Adapun poster wisata di Bangkalan ini memiliki desain dengan kearifan lokal dan penggunaan 3 bahasa (Inggris, Indonesia, dan Madura) sehingga menarik untuk diteliti.

Pada penelitian ini, peneliti menjadi instrumen kunci untuk mendapatkan data penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi dengan cara mendokumentasikan poster wisata digital di wilayah Bangkalan. Untuk memastikan kevalidan data penelitian, peneliti melakukan cek validasi keaslian poster melalui media sosial.

Tahapan yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data yaitu: 1) peneliti mencari informasi di media sosial untuk mendapatkan poster wisata digital sesuai dengan karakteristik yang ditentukan dalam penelitian yaitu poster wisata yang menarik dengan kearifan lokal Madura, menggunakan 3 bahasa (Inggris, Indonesia, dan Madura), serta sudah diunggah di media sosial; 2) data yang telah



terkumpul kemudian dikelompokkan secara jelas sesuai dengan tujuan penelitian untuk melakukan pemaknaan tanda dengan pendekatan semiotik Saussure. Pemilihan teori Saussure ini atas anggapan bahwasannya dalam desain poster terdapat tanda-tanda yang bisa berupa tanda visual dan verbal sehingga lebih cocok digunakan untuk menganalisis data; 3) data dikelompokkan sesuai dengan pemaknaan tanda visual, tanda verbal, dan tanda gambar sesuai dengan poster wisata.

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini mengacu pada teori Saussure. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis adalah tahapan pertama yaitu melakukan analisis pemaknaan visual dengan cara memberikan pemaknaan dari tanda-tanda visual yang terdapat pada poster wisata dan membuat interpretasi terhadap pemaknaan visual tersebut. Langkah kedua yaitu melakukan analisis pemaknaan verbal dengan cara memberikan pemaknaan dari tanda-tanda verbal yang terdapat pada poster wisata dan membuat interpretasi terhadap pemaknaan verbal tersebut. Langkah terakhir adalah membuat interpretasi dan penarikan simpulan terhadap pemaknaan verbal dan visual pada poster wisata digital sehingga ditemukan benang merah maksud dan tujuan dari pembuatan poster wisata digital tersebut. Pada tahapan ini peneliti melakukan analisis dan menghubungkan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Paragraf ini berisi uraian terkait dengan analisis tanda visual dan verbal pada poster wisata digital dengan menggunakan teori dari semiotika dari Saussure. Analisis tanda menurut Saussure adalah segala sesuatu seperti warna, isyarat, dan lain-lain yang mempresentasikan selain dirinya (Danesi, 2010). Data pada penelitian ini sebanyak 3 poster wisata digital yang telah diunggah ke media sosial. Berdasarkan analisis data ditemukan penggunaan tanda visual dan tanda verbal pada poster wisata digital yang terdapat di wilayah Bangkalan, Madura. Berikut ini tabel temuan penggunaan tanda verbal dan visual yang terdapat pada poster wisata digital:

**Tabel 1. Tanda Visual dan Verbal pada Poster Wisata**

No. Urut Data	Visual Gambar	Verbal Teks	Visual gambar dan Teks	Visual Warna
D.01	3	2	1	1
D.02	2	2	1	1
D.03	3	1	2	1
Total Data	8	5	4	3
Persentase	40%	25%	20%	15%

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa poster wisata digital dibuat dengan menggunakan tanda-tanda tertentu seperti tanda visual dan juga verbal. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa tanda yang digunakan terdiri atas tanda visual dan tanda verbal. Tanda visual terdiri dari visual gambar dan visual warna. Secara keseluruhan terdapat 8 tanda berupa visual gambar atau 40%, verbal teks sebanyak 5 data atau 25%, visual gambar dan teks sebanyak 4 data atau 20 %, dan visual warna sebanyak 3 data atau 15%. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan tanda visual yang paling dominan adalah penggunaan visual gambar yang terdapat pada poster wisata digital. Pada penggunaan poster yang ditujukan untuk memberikan informasi kepada pembaca



maka penggunaan gambar yang menarik untuk menunjukkan fasilitas dari adanya sebuah tempat wisata dan gambaran umum tempat wisata akan memberikan poin tersendiri kepada pembaca untuk berkunjung ke suatu tempat wisata.

Temuan penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Permatasari (2020), Yulius (2022), Aldiansyah dkk. (2023). Pada penelitian ini ditemukan bahwa terdapat penanda visual dan verbal yang memiliki makna tertentu yang dapat menarik pembaca. Unsur visual dan verbal pada poster memiliki daya tarik untuk pembaca (Permatasari, 2020). Dari hasil temuan ini dapat diinterpretasikan bahwa tanda visual dan gambar yang terdapat pada poster memiliki makna yang dapat menarik minat pembaca (Yulius, 2022). Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian Aldiansyah dkk. (2023) yang menemukan bahwa terdapat hubungan antara penanda dan petanda berdasarkan elemen pembentuk poster. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwasanya elemen pembentuk poster yang terdiri dari penanda dan petanda visual maupun verbal memiliki hubungan sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca untuk berkunjung ke Madura dapat terwujud.

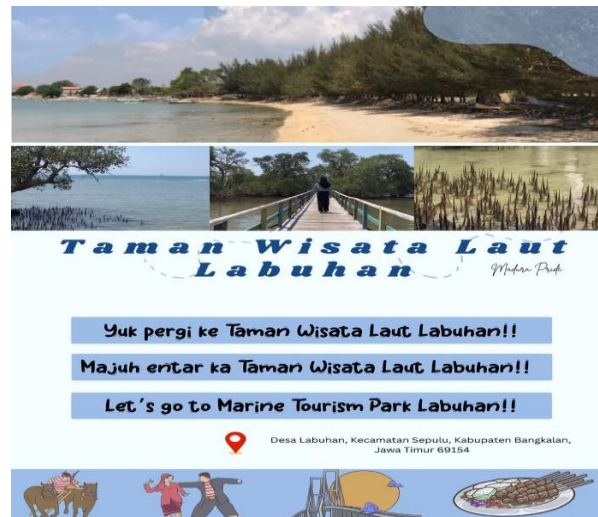
Penggunaan verbal teks sebanyak 5 data atau 25 % bermakna bahwasannya di dalam pembuatan poster perlu adanya perhatian khusus untuk membuat tulisan yang menarik dan juga kalimat ajakan yang menarik sehingga pembaca tertarik untuk mengunjungi tempat wisata di Bangkalan, Madura. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustafa & Syahriani (2021) yang menemukan bahwa pemakaian verbal pada poster covid berisi ajakan kepada pembaca untuk melindungi diri dari virus Covid-19. Penggunaan tanda berupa visual dan gambar sebanyak 4 data atau 20% pada poster menunjukkan bahwa di dalam pembuatan poster juga sangat penting untuk membuat tanda dengan menampilkan verbal teks dan juga gambar yang menarik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mustafa & Syahriani (2021) yang menemukan bahwa pemakaian visual dan gambar pada poster Covid berisi ajakan kepada pembaca untuk melindungi diri dari virus Covid-19.

Pemakaian tanda berupa visual warna sangat penting dalam sebuah poster wisata untuk menarik minat pembaca agar mengunjungi tempat wisata tersebut. Dalam penelitian ini ditemukan visual warna pada poster sebanyak 3 data atau 15 %. Hal ini menunjukkan bahwa warna berpengaruh dalam desain poster wisata digital, misalnya warna hijau toska yang menunjukkan ketenangan dan kesabaran (Yulius, 2022).

### ***Analisis Tanda pada Poster Wisata Taman Wisata Laut Labuhan***

Gambar 1 menunjukkan media poster wisata digital yang dibuat pada kertas ukuran A3 dengan tampilan portrait Media. Poster digunakan untuk mengajak pembaca agar berkunjung ke taman wisata laut Labuhan. Dalam menggunakan kalimat ajakan, pembuat poster menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca yang ditandai dengan penggunaan kalimat ajakan dalam bahasa Indonesia, Madura, dan Inggris).

Pada poster terlihat bahwa kalimat ajakan yang digunakan berbentuk verba direktif ajakan yang berfungsi untuk mengajak pembaca mengunjungi sebuah tempat yaitu Taman Wisata Laut Labuhan. Tuturan direktif dimaksudkan untuk melakukan tindakan sesuai keinginan penutur (Searle, 1969) serta mengharapkan orang lain melakukan atau tidak melakukan sesuatu (Leech, 1983) dan berupaya agar petutur melakukan sesuatu (Mey, 1993).



Gambar 1. Poster “Taman Wisata Laut Labuhan”

Pada poster tersebut terlihat bahwa terdapat kalimat ajakan dengan menggunakan 3 bahasa yaitu:

**Yuk pergi** ke Taman Wisata Laut Labuhan!! (Indonesia)  
**Majuh entar ka** Taman Wisata Laut Labuhan!! (Madura)  
**Let's go to** Marine Tourism Park Labuhan!! (Inggris)

Pada poster terlihat sebuah foto yang menunjukkan keindahan alam Taman Wisata Laut Labuhan digambarkan secara jelas di dalam poster. Kemudian di bawah diikuti oleh 3 gambar kecil yang merupakan bagian dari panorama alam di tempat wisata tersebut. Di bawah gambar tersebut terdapat *headline* dari poster yang bertuliskan “Taman Wisata Laut Labuhan” dengan tulisan sedang berwarna biru. Di bawahnya terdapat tiga kalimat ajakan yang ditulis dengan *font* lebih kecil berwarna biru dalam 3 bahasa. Di bagian bawah ditampilkan sebuah informasi mengenai lokasi wisata tersebut yaitu berada di Desa Labuhan, Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur 69154. Pada bagian bawah dari poster ditampilkan ikon dari Madura sebagai upaya untuk memperkenalkan budaya Madura kepada masyarakat. Ikon tersebut adalah karapan sapi dan laki-laki penunggang sapi, tokoh Madura (Sakera dan Marlina), Jembatan Suramadu, dan Sate Madura. Penggunaan ikon yang terdapat pada sebuah poster sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Islam (2020) yang menemukan bahwa pemaknaan sebuah poster film dapat diketahui melalui pemaknaan visual dan verbal serta ikon dan simbol yang terdapat pada poster film.

#### ***Analisis Pesan pada Poster Wisata Taman Laut Labuhan***

Visual teks yang terdapat pada poster wisata tersebut berisi ajakan kepada pembaca untuk mengunjungi Taman Wisata laut Labuhan yang berada di Labuhan, Bangkalan Jawa Timur. Melalui pewarnaan yang senada dengan warna laut dan juga gambar visual yang menarik dari tempat wisata Taman Laut Labuhan ini diharapkan dapat meningkatkan keinginan pembaca untuk berkunjung ke Taman Laut Labuhan. Pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca secara jelas dapat dilihat melalui kalimat yang dituturkan dengan menggunakan verba direktif ajakan yang berfungsi untuk mengajak pembaca agar berkunjung ke Taman Wisata Laut Labuhan. Tuturan tersebut secara jelas

mengajak pembaca poster untuk berkunjung ke Taman Wisata Laut Labuhan. Secara jelas terlihat bahwa poster tersebut dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan Taman Wisata Laut Labuhan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Islam (2020) yang menemukan bahwa poster film berfungsi sebagai media promosi kepada masyarakat.

### **Analisis Tanda pada Poster Wisata Pantai Martajasah**



**Gambar 2. Poster “Pantai Martajasah”**

Gambar 2 menunjukkan bahwa media poster wisata digital dibuat pada kertas ukuran A3 dengan tampilan portrait Media. Poster digunakan untuk mengajak pembaca agar berkunjung ke Pantai Martajasah. Kalimat ajakan mudah dipahami oleh pembaca. Poster juga dibuat dengan bahasa yang unik dan menarik dengan menghadirkan 3 bahasa yaitu (Indonesia, Madura, dan Inggris). Kalimat ajakan yang digunakan pada poster dapat dilihat pada tanda verbal berupa kalimat ajakan berikut.

**Ayo pergi** ke Pantai Martajasah!! (Indonesia)  
**Majuh entar ka** Pantai Martajasah!! (Madura)  
**Let's go to** Pantai Martajasah!! (Inggris)

Pada poster terlihat bahwa kalimat ajakan yang digunakan berbentuk verba direktif ajakan yang berfungsi untuk mengajak pembaca mengunjungi sebuah tempat yaitu Pantai Martajasah. Tuturan direktif dimaksudkan untuk melakukan tindakan sesuai keinginan penutur (Searle, 1969) serta mengharapkan orang lain melakukan atau tidak melakukan sesuatu (Leech, 1983) dan berupaya agar petutur melakukan sesuatu (Mey, 1993). Pada poster Pantai Martajasah terlihat ada satu gambar besar yang diletakkan sebagai *background* poster menunjukkan keindahan alam Pantai Martajasah. Kemudian di tengah poster terdapat 3 gambar kecil yang merupakan bagian dari panorama alam di tempat wisata tersebut. Gambar tersebut dibuat sebagai upaya untuk memperlihatkan keindahan alam di pantai Martajasah. Kemudian di bawah gambar tersebut terdapat *headline* dari poster yang bertuliskan “Pantai Martajasah” dengan tulisan sedang berwarna putih diikuti tulisan kecil “Madura Pride”. Kalimat ajakan yang terdapat di dalam 3 bahasa ini menunjukkan sebuah pesan untuk pembaca agar berkunjung ke pantai Martajasah.

Di bagian atas ditampilkan sebuah informasi mengenai lokasi wisata tersebut yaitu berada di Jalan Raya Kramat, Area Sawah, Mertajasah, Kec. Bangkalan, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur. Adapun bagian bawah dari poster ditampilkan ikon dari Madura sebagai upaya untuk memperkenalkan budaya Madura kepada masyarakat. Ikon tersebut berupa tokoh Madura (Sakera dan Marlena), dan Jembatan Suramadu. Penggunaan ikon yang terdapat pada sebuah poster sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Islam (2020) yang menemukan bahwa pemaknaan sebuah poster film dapat diketahui melalui pemaknaan visual dan verbal serta ikon dan simbol yang terdapat pada poster film.

### ***Analisis Pesan pada Poster Wisata Pantai Martajasah***

Visual teks yang terdapat pada poster wisata tersebut berisi ajakan kepada pembaca untuk mengunjungi pantai Martajasah yang berada di Martajasah, Bangkalan Jawa Timur. Melalui pewarnaan yang senada dengan warna laut dan juga gambar visual yang menarik dari tempat wisata pantai Martajasah ini diharapkan dapat meningkatkan keinginan pembaca untuk berkunjung ke pantai tersebut. Keindahan panorama wisata dan juga ikon dari Madura ini bisa dijadikan sebagai penarik minat masyarakat untuk berkunjung ke pantai Martajasah, Bangkalan, Madura. Pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca secara jelas dapat dilihat melalui kalimat yang dituturkan dengan menggunakan verba direktif ajakan yang berfungsi untuk mengajak pembaca agar berkunjung ke Pantai Martajasah. Tuturan tersebut secara jelas mengajak pembaca poster untuk berkunjung ke Pantai Martajasah. Secara jelas terlihat bahwa poster tersebut dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan Pantai Martajasah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Islam (2020) yang menemukan bahwa poster film berfungsi sebagai media promosi kepada masyarakat.

### **Analisis Tanda pada Poster Wisata Bukit Jaddih**



**Gambar 3. Poster “Bukit Jaddih”**

Gambar 3 menunjukkan media poster wisata digital yang dibuat pada kertas ukuran A3 dengan tampilan portrait Media. Poster ini digunakan untuk mengajak pembaca agar berkunjung ke Bukit Jaddih. Dalam menggunakan kalimat ajakan, pembuat poster menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca yang ditandai dengan penggunaan kalimat ajakan dalam bahasa Indonesia, Madura, dan





Inggris). Pada poster tersebut terlihat bahwa terdapat kalimat ajakan dengan menggunakan 3 bahasa yaitu:

**Mari berlibur** ke Bukit Jaddih!! (Indonesia)  
**Majuh liburan** ka Bukit Jaddih!! (Madura)  
**Let's go on vacation** to Bukit Jaddih!! (Inggris)

Pada poster terlihat bahwa kalimat ajakan yang digunakan berbentuk verba direktif ajakan yang berfungsi untuk mengajak pembaca mengunjungi sebuah tempat yaitu Bukit Jaddih. Tuturan direktif dimaksudkan untuk melakukan tindakan sesuai keinginan penutur (Searle, 1969) serta mengharapkan orang lain melakukan atau tidak melakukan sesuatu (Leech, 1983) dan berupaya agar penutur melakukan sesuatu (Mey, 1993).

Pada poster di atas terlihat ada satu gambar besar yang diletakkan sebagai *background* poster menunjukkan keindahan alam Bukit Jaddih. Di tengah poster terdapat 3 gambar kecil yang merupakan bagian dari panorama alam di tempat wisata tersebut. Gambar tersebut dibuat sebagai upaya untuk memperlihatkan keindahan alam Bukit Jaddih. Di bagian atas poster tersebut terdapat *headline* dari poster yang bertuliskan “Bukit Jaddih” dengan tulisan sedang berwarna putih diikuti tulisan kecil “Madura Pride”. Tulisan ini sebagai informasi bahwa poster tersebut berisi tentang Bukit Jaddih. Kemudian di bawahnya terdapat tiga kalimat ajakan yang ditulis dengan huruf lebih kecil berwarna biru muda dalam 3 bahasa. Pada bagian bawah ditampilkan sebuah informasi mengenai lokasi wisata tersebut yaitu berada di Jalan, Parseh, Kec. Socah, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur 69161. Tulisan tersebut memberikan informasi terkait dengan lokasi wisata sehingga memudahkan pembaca yang ingin berkunjung ke tempat wisata tersebut. Adapun bagian bawah dari poster ditampilkan ikon dari Madura sebagai upaya untuk memperkenalkan budaya Madura kepada masyarakat. Ikon tersebut berupa tokoh Madura (Sakera dan Marlina). Penggunaan ikon yang terdapat pada sebuah poster sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Islam, 2020) yang menemukan bahwa pemaknaan sebuah poster film dapat diketahui melalui pemaknaan visual dan verbal serta ikon dan simbol yang terdapat pada poster film.

#### ***Analisis Pesan pada Poster Wisata Bukit Jaddih***

Visual teks yang terdapat pada poster wisata tersebut berisi ajakan kepada pembaca untuk mengunjungi Bukit Jaddih yang berada di Jalan, Parseh, Kec. Socah, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur 69161. Melalui pewarnaan yang senada dengan warna bukit dan juga gambar visual yang menarik dari tempat wisata bukit Jaddih ini diharapkan dapat meningkatkan keinginan pembaca untuk berkunjung ke bukit tersebut. Keindahan panorama wisata dan juga ikon dari Madura ini bisa dijadikan sebagai penarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Bukit Jaddih, Bangkalan, Madura. Pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca secara jelas dapat dilihat melalui kalimat yang dituturkan dengan menggunakan verba direktif ajakan yang berfungsi untuk mengajak pembaca agar berkunjung ke Bukit Jaddih seperti terlihat pada tuturan berikut.

**Mari berlibur** ke Bukit Jaddih!! (Indonesia)  
**Majuh liburan** ka Bukit Jaddih!! (Madura)  
**Let's go on vacation** to Bukit Jaddih!! (Inggris)



Tuturan tersebut secara jelas mengajak pembaca poster untuk berkunjung ke Bukit Jaddih. Hal ini menunjukkan bahwa poster tersebut dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan Bukit Jaddih. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Islam (2020) yang menemukan bahwa poster film berfungsi sebagai media promosi kepada masyarakat.

Poster wisata digital di Bangkalan yang dibuat dengan 3 bahasa bertujuan sebagai media promosi kepada masyarakat umum agar mengunjungi tempat wisata tersebut. Berdasarkan analisis terhadap pemaknaan tanda visual dan verbal yang terdapat pada poster wisata menunjukkan bahwa poster wisata memiliki makna ajakan kepada pembaca untuk berkunjung ke tempat wisata di Bangkalan, Madura. Pada pemaknaan pesan dapat digambarkan bahwa poster berisi tuturan direktif kategori ajakan (Itaristanti dkk, 2019). Tuturan ini bersifat mengajak orang lain untuk berkunjung ke tempat wisata di Bangkalan, Madura. Secara bentuk lingual, dapat disimpulkan bahwa penggunaan tuturan direktif ajakan yang terdapat pada penanda verbal teks ini diharapkan mampu mendorong pembaca untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Pada penggunaan visual dalam bentuk gambar maupun warna juga merupakan representasi yang dapat dimaknai melalui penanda dan petanda yang terdapat dalam gambar tersebut. Visual warna pada poster memberikan gambaran yang indah terhadap tempat wisata. Tidak hanya itu, dalam menyampaikan pesan kepada pembaca melalui tanda dan penanda, terdapat relasi yang kuat sebagai bentuk representasi dari gambaran nyata tentang tempat wisata yang ada di Bangkalan, Madura.

## **SIMPULAN**

Secara umum kajian ini membuktikan bahwa teori semiotik Saussure dapat digunakan sebagai analisis untuk melihat pemaknaan yang terdapat pada poster. Rekomendasi yang diberikan bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mengaplikasikan teori semiotik dalam merancang poster yang mudah dipahami oleh pembaca sehingga diharapkan pariwisata di Bangkalan akan semakin berkembang. Penelitian ini hanya terbatas pada pemaknaan verbal dan visual pada poster wisata digital sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk memahami hubungan relasi makna serta kearifan lokal dan mitos masyarakat Madura dengan menggunakan kajian semiotika Barthes. Tidak hanya itu, kajian ini belum mengkaji keefektifan penggunaan tuturan ajakan pada poster wisata digital sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan di Bangkalan Madura.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada LPPM UTM yang telah memfasilitasi dalam kegiatan penelitian. Ucapan terima kasih kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bangkalan yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, L. (2017). Analisis Semiotik dalam Kumpulan Cerpen Air Mata Ibuku dalam Semangkok Sup Ayam. *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 2(1), 54–63. <https://doi.org/10.33654/sti.v2i1.378>
- Al-Ghamdi, Naimah, A., & Albawardi, A. H. (2020). Multivocality of Saudi COVID-19 Discourse in Social Media Posts: A Socio-Semiotic Multimodal perspective. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 20(4), 228–250.



- <https://doi.org/10.17576/gema-2020-2004-13>
- Al-Naimat, G. K. (2019). Semiotic Analysis of The Visual Signs of Protest On Online Jordanian Platforms: Code choice and language mobility. *Theory and Practice in Language Studies*, 10(1), 61–70. <https://doi.org/10.17507/tpls.1001.09>
- Aldiansyah, D., Prilosadoso, B. H., & Setiaji, D. (2023). Analisis Semiotika Poster Video Gagasan Konstruktif GAMELAND. *Citrawira: Journal of Advertising and Visual Communicatin*, 4(1), 79–107. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v4i1.5098>
- Amri, U. & Pratiwi, A. (2023). A Semiotic Analysis of Diary of a Wimpy Kid Movie Posters. *Vivid: Journal of Language and Literature*, 12(1), 20–29. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25077/vj>
- Andina, A. D. T., Pratiwi, D. P. E., & Utami, N. M. V. (2021). Discovering the Meaning of Verbal and Visual Signs in L'oreal Paris Video Advertisement: A Semiotic Study. *Journal of Language and Applied Linguistics*, 2(1), 15–22.
- Anggasta, M. G. & Franzia, E. (2016). Analisis Semiotika Visual Pada Poster Ngayogjazz 2011-2014. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 12(2), 177–192. <https://doi.org/10.25105/dim.v12i2.57>
- Anwar, L. P. (2022). Analisis Semiotika Tentang Representasi Disfungsi Keluarga Dalam Film Boyhood. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(1), 60–78.
- Burhanudin, H., Sumarlam, & Rakhmawati, A. (2021). Dimensionality on the Mayor of Surakarta`S (2016-2021) Javanese Covid-19 Posters. *Humaniora*, 12(2), 161–171. <http://dx.doi.org/10.21512/humaniora.v12i2.7009>
- Danesi, M. (2010). *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi* (2nd ed.). Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendi, F. P., & Akhadiyatni, A. N. (2023). Analisis Semiotika Pada Poster Animasi Disney “LUCA.” *Jurnal Professional*, 10(1), 335–346. <https://doi.org/10.37676/professional.v10i1.3939>
- Hermawan, B. (2013). Multimodality: Menafsir Verbal, Membaca Gambar, dan Memahami Teks. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 13(1), 19–28. [https://doi.org/10.17509/bs\\_jpbbsp.v13i1.756](https://doi.org/10.17509/bs_jpbbsp.v13i1.756)
- Husna, I., & Hero, E. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Makna Pesan Iklan Rokok a Mild Versi Langkah. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(1), 44–59.
- Itaristanti, I., Shofiyatin, H., & Mulyaningsih, I. (2019). Analisis Bahasa Pada Feature Dalam Surat Kabar Jawa Pos.com. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(1), 71-77. DOI: 10.22236/Imajeri.V2i1.5078
- Kartika, A.S., Sudipa, I.N., & Resen, I.W. (2016). Verbal and Visual Signs on Airlines Advertisements: A Semiotic Study. *Jurnal Humanis, Fakultas Ilmu Budaya, Unud* 17–2, 22-27.
- Kolly, A. S. (2013). Analisis Semiotika Representasi Kebudayaan Indonesia Dalam Iklan Kuku Bima Energi Versi Flores, Nusa Tenggara Timur di Media Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 38–52.
- Kurniasih, N. (2016). *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/aj2z9>
- Laksani, H. & Pandanwangi, B. (2023). Analisis Semiotika pada Iklan dan



- Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Prodi Desain Komunikasi Visual. *Aksa Jurnal Komunikasi Visual*, 6(2), 944–956.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. London : Longman.
- Maharani, M., Patriansyah, M., & Mubarat, H. (2021). Analisis Semiotika Saussure pada Karya Poster Maharani yang Berjudul “Save Children.” *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(2), 105–110. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1718>
- Marsheilo, B. & Tamburian, D. (2022). Analisis Semiotika Iklan Aqua Kids 2020. *Prologia*, 6(1), 33–40. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10257>
- Martinet, J. (2010). *Semiologi Kajian Teori Saussuran antara Semiologi Komunikas dan Semiologi Signifikasi, terjemahan Stephanus Aswar Herwinarko*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Mey, J. L. (1993). *Pragmatics: An Introduction*. Oxford: Blackwell.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mustafa, M. & Syahrani, I. (2021). Analisis Semiotika Poster “Ayo, Lindungi Diri dan Keluarga dari Covid-19” (Teori Ferdinand De Saussure). *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(2), 261–274. <https://doi.org/10.24235/ORASI.V12I2.8815.G4186>
- Nuriarta, I. W. (2016). Poster sebagai Media Representatif dalam Pencitraan Identitas Budaya Bali pada Masa Kolonial. *PRASI: Jurnal Bahasa, Seni, dan Pengajarannya*, 11(1), 64–70. <https://doi.org/10.23887/prasi.v11i01.10974>
- Ropiah, O., Indrayani, L. M., Muhtadin, T., & Yuliawati, S. (2022). Semiotika Batik Paseban Kabupaten Kuningan (Semiotics of Paseban Batik, Kuningan Regency). *Indonesian Language Education and Literature*, 7(2), 358–369. <https://doi.org/10.24235/ileal.v7i2.9090>
- Patriansah, M. (2020). Poster Analysis of Public Services Advertising by Sepdianto Saputra: Study of Saussure Semiotics. *Arty : Jurnal Seni Rupa*, 9(3), 203-2014.
- Patriansah, M., Yulius, Y., & Sapitri, R. (2021). Communication Signs Behind Aji Windu Viatra’s Poster: A Saussure Semiotic Study. *Ekspresi Seni*, 23(1), 217–228. <http://dx.doi.org/10.26887/ekspresi.v23i1.1293>
- Perdana, H. P. (2015). Makna Poster Promosi Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala. *E-Journal Ilmu Komunikasi Unmul*, 3(3), 200–210.
- Permatasari, B. A. (2020). *Analisis Isi Pesan Kreatif Pada Poster Covid-19 Selama Masa PSBB Di Kecamatan Sukorejo*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Persada, S. I. P. (2020). Semiotic Analysis of Gundala Movie Poster. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities- Humanities and Social Sciences Track (ICOBEST-HSS 2019)* 391, 133–135. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.200108.029>
- Pujiati, T. (2015). Analisis Semiotika Struktural pada Iklan Top Coffee. *Jurnal Sasindo Unpam*, 3(3), 1–22.
- Pujiati, T., Nirwani, S., & Mubarak, Y. (2021, November). Representation of Social Criticism of Indonesian People’s Life Phenomena through Comic Strip: A Semiotic Approach. In *The 1st International Conference on Research in Social Sciences and Humanities (ICoRSH 2020)*, 537–534.
- Rahayu, I. S. (2021). Analisis Kajian Semiotika dalam Puisi Chairil Anwar



- Menggunakan Teori Charles Sanders Peirce. *Jurnal Semiotika*, 15(1), 30–36. <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v15i1.2498>
- Ramalia, V., Soedarsoni, D. K., & Esfandari, D. A. (2016). Makna Poster Di Tanah Kami Nyawa Tak Semahal Tambang (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Poster Kasus Pembunuhan Salim Kancil). *E-Proceeding of Management*, 3(3), 3846–3853.
- Riaz, M. & Shaban, M.R. (2020). Gender-Based Socio-Semiotic Analysis Of Honour Killing In Pakistani Paintings. *Pakistan Journal of Women's Studies: Alam-e-Niswan*, 26(1), 125–149. <https://doi.org/10.46521/pjws.026.01.0021>.
- Riwu, A. & Pujiati, T. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 dara. *Deiksis*, 10(3), 212–223. <http://dx.doi.org/10.30998/deiksis.v10i03.2809>
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts an Essay in The Philosophy of Language* (1st ed.). London: Cambridge University Press.
- Sitompul, A. L., Patriansyah, M., & Pangestu, R. (2021). Analisis Poster Video Klip Lathi: Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(1), 23–29. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1830>
- Sobur, A. (2017). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suciyanto, S. (2016). *Semiotic Analysis of Greenpeace Campaign Posters in Climate Change Series*. University Syarif Hidayatullah.
- Sudiani, Y. (2016). Analisis Desain Uang Kertas Pecahan Seratus Ribu Rupiah. *Ekspresi Seni*, 18(2), 324–332. DOI: 10.26887/ekse.v18i2.100
- Sulistriyani, S. & Kuntoro, K. (2021). Analisis Wacana Persuasif untuk Memotivasi Diri dalam Poster Covid-19 Pembelajaran Daring Siswa Kelas 6 Al Mujib SD Al Irsyad Al Islamiyyah 02 Purwokerto. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, 7(1), 83–99. DOI: 10.30595/mtf.v7i1.9744
- Susanti, D. I. & Prameswari, J. Y. (2022). Kajian Semiotika Pada Poster Tema Perundungan Karya Siswa Kelas 6 SD. *Wacana : Jurnal Bahasa, Seni, dan Pengajaran*, 6(2), 72–77. <https://doi.org/10.29407/jbsp.v6i2.18931>
- Suyatno & Pujiati, T. (2023). The Meaning And Symbolic Of Campursari Kelayung Layung: An Approach To Rolland Barthes' Semiotics. *International Journal of Education, Language, Literature, Arts, Culture, and Social Humanities*, 1(3), 134–145. <https://doi.org/10.59024/ijellacush.v1i3.310>
- Utami, R., Setia, E., & Dellana. (2021). A Semiotic Analysis Found on Movie Poster “Shutter Island.” *LingPoet: Journal of Linguistics and Literary Research*, 2(3), 20–26. <https://doi.org/10.32734/lingpoet.v2i3.6642>
- Viatra, A. W. (2019). Poster “Hope” Obama dalam Komunikasi Massa. *Imaji*, 17(2), 93–104. <https://doi.org/10.21831/imaji.v17i2.22332>
- Widiadnya, P. I. G. A. V. (2020). Semiotika Tanda Verbal dan Visual Pada Iklan Kampanye Pencegahan Penyebaran Covid-19. *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa dan Budaya*, 4(2), 10–18.
- Wulandari, A. I. & Islam, M. A. (2020). Representasi Makna Visual Pada Poster Film Horor. *Barik*, 1(1), 69–81.
- Yulius, Y. (2022). Analisis Tanda Visual dan Verbal Pada Desain Poster “Hari Bidan Nasional.” *PRASI: Jurnal Bahasa, Seni, dan Pengajarannya*, 17(2), 153–161. <https://doi.org/10.23887/prasi.v17i02.53824>