

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Kemampuan dalam mengolah informasi di media massa terus mengalami kemajuan. Media massa memiliki peran yang signifikan terhadap komunikasi massa sebagai media dan sarana mengendalikan sosial (Tania *et al.*, 2022). Menurut Cangara dalam (Habibie, 2018), media diartikan sebagai alat untuk mengirimkan pesan dari pengirim kepada audiens, sementara media massa biasanya digunakan untuk memberikan pesan dari sumber terhadap audien menggunakan berbagai sarana komunikasi seperti majalah, surat kabar, film, radio, dan televisi. Demokrasi yang terbuka terkait erat dengan aktivitas politik, sehingga pandangan masyarakat tentang media memiliki peran penting dalam komunikasi politik sebuah negara. Media memiliki peran vital dalam memajukan demokrasi suatu negara, dan kebebasan pers menjadi indikator kualitas demokrasi didalamnya. (Sujoko *et al.*, 2020).

Media massa berdasarkan kategorinya terbagi menjadi dua yakni media massa cetak (seperti koran, majalah, dan tabloid), dan media massa elektronik (seperti radio dan televisi). Media massa cetak telah lama hadir dan dikenal luas oleh masyarakat, sementara media massa elektronik muncul seiring dengan kemajuan teknologi. (Akbar, 2018). Media cetak adalah media yang menggunakan teknologi percetakan atau offset dalam pembuatannya. Media cetak mengkomunikasikan pesan dengan menggunakan teks dan gambar-gambar yang

diilustrasikan untuk menjelaskan dan memperjelas informasi yang diberikan. (Ariawan et al., 2018).

Majalah berperan sebagai salah satu sarana untuk menyebarkan komunikasi politik di negara ini, selain berfungsi sebagai media informasi dan hiburan. Majalah dalam bahasa Inggris adalah publikasi berkala yang berfokus pada hiburan dan berbagai topik, ditulis oleh beberapa penulis, sering kali dilengkapi dengan ilustrasi. Majalah biasanya berbeda dari surat kabar karena memuat lebih sedikit berita dan diterbitkan dengan frekuensi lebih rendah (mingguan, bulanan, atau lebih jarang dibandingkan harian). (King, 2008). Dalam (Wasike, 2020), Meskipun ada pepatah populer yang mengatakan 'jangan menilai buku dari sampulnya', penelitian memperlihatkan bahwa penjualan majalah sangat dipengaruhi oleh sampulnya. Sebanyak 80 persen penjualan majalah di kios koran bergantung pada sampul (Johnson dan De Lozano, 2002). Sampul yang menarik tidak hanya meningkatkan minat terhadap majalah, tetapi juga meningkatkan kemungkinan pembelian (Reichert dan Zhou, 2007). Sampul majalah terdiri dari beberapa elemen seperti logo (nama majalah) dan garis sampul (teks deskriptif, teaser, dan info). Namun, elemen utamanya adalah gambar sampul, yang berfungsi sebagai cermin kertas yang menggoda sehingga pembaca dapat mengidentifikasi diri mereka sendiri.

Walaupun tujuan utama sampul majalah adalah untuk menjual, mereka juga memiliki efek lain yang lebih dari sekadar mendorong keinginan untuk membeli. Pertama, sampul majalah berbeda dari halaman depan surat kabar karena gambar yang ada memiliki tujuan lebih dari sekadar editorial. Gambar ini juga mencerminkan siapa yang dianggap penting dan memiliki nilai sosial yang lebih

tinggi dalam masyarakat (Araraki, 2014). Dampak sampul majalah mencerminkan pengaruh sosiokultural majalah sebagai media massa. Meski majalah merupakan entitas bisnis yang berubah mengikuti tren industri, majalah juga berfungsi sebagai penanda budaya yang mencerminkan realitas sosial dan budaya tempat majalah tersebut diproduksi (Abrahamson, 2009).

Salah satu media di Indonesia yang menjadi sorotan karena sampul yang tak jarang mengundang kontroversial yakni media *Tempo*. *Tempo* merupakan majalah mingguan di Indonesia yang fokus pada liputan berita politik. Majalah ini terkenal karena selaku yang pertama tanpa keterkaitan langsung dengan pemerintah. Cetakan perdana *Tempo* dikeluarkan pada 6 Maret 1971 bersama Goenawan Mohamad sebagai kepala redaksi. Keberadaan majalah *Tempo* ini tidak luput dari posisi penting dari Harjoko trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, dan Bur Rasuarto, yang termasuk menjadi pendiri. (Tempo.id, 19/06/2024). Majalah *Tempo* bisa diakses langsung baik secara offline dengan membeli cetakannya atau secara online melalui aplikasi yang disediakan *Tempo*. *Tempo* juga termasuk majalah yang memakai ilustrasi menjadi. Banyak cetakan majalahnya yang melakukan kritik terhadap tokoh-tokoh publik negara dinilai layak memerlukan kritik, dilandaskan pada kenyataan yang berlangsung di masyarakat atau politik (Tani et al., 2022). Sebagai elemen visual, ilustrasi digunakan dalam media untuk menggambarkan atau mengekspresikan pejabat negara, politisi, partai politik, dan tindakan mereka terhadap publik, sebagai respons terhadap sikap atau kelalaian mereka. (Ahmed, 2020).

Dalam hal ini peneliti mengangkat sampul Majalah *Tempo* dengan tema dinasti politik Jokowi selama pemilu 2024. Pemilu 2024 adalah momen penting dalam demokrasi Indonesia yang diadakan pada tanggal 14 Februari 2024. Pemilu di Indonesia diadakan setiap lima tahun sekali untuk memilih Presiden, Wakil Presiden, anggota legislatif (DPR, DPD, dan DPRD), serta kepala daerah (Gubernur, Bupati, dan Walikota). Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengatur jalannya proses pemilu berlangsung secara bebas, adil, dan transparan. Pemilu di Indonesia melibatkan partisipasi luas dari masyarakat, di mana warga negara yang telah memenuhi syarat memiliki hak untuk memberikan suara. (*Kpu.go.id* 19/06/2024).

Pemilu 2024 di Indonesia mendapat perhatian publik, terutama karena isu politik dinasti yang semakin mencuat. Dinasti politik adalah praktik di mana kekuasaan atau jabatan politik dikuasai oleh anggota keluarga yang sama atau memiliki hubungan dekat. Dalam praktik ini, kekuasaan sering diwariskan dari satu anggota keluarga ke anggota keluarga lainnya tanpa memperhatikan kualifikasi atau kapabilitas individu tersebut. Hal ini dapat menyebabkan konsentrasi kekuasaan pada keluarga tertentu dan mengurangi peluang bagi individu di luar keluarga tersebut untuk berpartisipasi dalam politik. Fenomena politik dinasti ini menjadi isu penting yang perlu diperhatikan dalam konteks pemilu saat ini. (dilansir dari *Kumparan.com* 19/06/2024).

Dinasti Politik merupakan bentuk kekuasaan politik yang diwariskan di dalam satu lingkaran keluarga, mirip dengan sistem kerajaan di mana kekuasaan berpindah dari ayah ke anak. Dinasti politik ini cenderung mempertahankan

kekuasaan dalam sebuah keluarga, sehingga mengabaikan prinsip meritokrasi atau prestasi dalam seleksi pemimpin. Ini menyebabkan kekuasaan tetap terpusat pada kelompok tertentu, sehingga proses regenerasi politik menjadi terbatas hanya pada hubungan kekerabatan. Akibatnya, sistem demokrasi yang seharusnya memberikan kesempatan yang setara bagi semua individu menjadi tidak berjalan dengan optimal.

Fenomena dinasti politik di Indonesia sebenarnya telah ada sejak era Orde Lama, tepatnya dalam lingkaran keluarga Presiden pertama, Soekarno. Anak-anak Soekarno seperti Megawati Soekarnoputri, Sukmawati Soekarnoputri, dan Guruh Soekarnoputra, semuanya mengikuti jejak sang ayah dalam dunia politik. Hal ini juga terjadi pada zaman Presiden ke 2 Soeharto pada tahun 1998 dimana sang Presiden mengangkat anaknya menjadi Menteri Sosial yakni Siti Hardijanto Rukmana atau dikenal dengan sebutan (Tutut Soeharto), (dilansir dari *kompasiana.com* 16/02/2025).

Sementara itu Megawati Soekarno Putri sebagai presiden kelima turut memperkuat kecenderungan politik dinasti melalui peran aktif putrinya yakni Puan Maharani yang kemudian menduduki posisi strategis sebagai ketua DPR RI dari 2014 hingga sekarang. Gejala politik dinasti juga tampak dalam keluarga Presiden keenam yakni Susilo Bambang Yudhoyono, yakni putra sulungnya Agus Harimurti Yudhoyono, menjadi tokoh politik penting dan menjabat menjadi ketua umum Partai Demokrat, sedangkan Edhie Baskoro Yudhoyono yakni anak bungsunya menjabat menjadi sekjen dari partai demokrat (Gunanto, 2020). Fakta ini menunjukkan bahwa keterlibatan keluarga dalam jalur kekuasaan bukan sekedar

kebetulan, melainkan telah menjadi pola berulang yang mewarnai dinamika politik Indonesia dari masa ke masa.

Dinasti politik di Indonesia semakin mencuat seiring dengan dinamika yang terjadi menjelang Pemilu 2024. Gugatan yang diajukan oleh Almas Tsaqibbirru, seorang mahasiswa Universitas Surakarta, terhadap pasal 169 huruf q dalam Undang-Undang Pemilu, menjadi titik awal penting dalam diskusi ini. Mahkamah Konstitusi (MK) menerima gugatan tersebut, sehingga mengubah ketentuan mengenai usia minimal calon pemimpin. Hal ini berimplikasi langsung pada Gibran Rakabuming Raka, putra sulung Presiden Joko Widodo, yang diusulkan sebagai calon wakil presiden. Dengan demikian, isu politik dinasti bukan hanya sekadar spekulasi, tetapi telah terwujud dalam konteks yang nyata.

Keputusan MK yang mendukung gugatan Almas membuka peluang bagi Gibran untuk memasuki panggung politik yang lebih luas. Penetapannya sebagai calon wakil presiden dari Prabowo Subianto pada 22 Oktober 2023 menjadi sorotan publik dan media. Masyarakat berdebat tentang legitimasi dan implikasi keberadaan dinasti politik dalam sistem demokrasi Indonesia. Apakah kehadiran Gibran di dunia politik akan membawa nilai positif atau justru memperburuk persepsi publik tentang nepotisme dan kolusi yang sering mengemuka dalam praktik politik.

UU No. 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Bebas dari Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme memberikan kerangka hukum yang penting dalam membahas isu ini. Undang-undang ini lahir sebagai respons terhadap

praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme yang merajalela dan bertujuan untuk menciptakan pemerintahan yang transparan dan akuntabel. Dalam konteks representasi dinasti politik Jokowi, penting untuk menganalisis apakah kehadiran Gibran dan potensi dinasti politik lainnya sejalan dengan prinsip-prinsip yang diamanatkan oleh undang-undang ini. Fokus terhadap isu ini terletak pada konteks nepotisme pada UU no. 28 Tahun 1999 pasal 1 ayat 5 yang berbunyi “Nepotisme adalah setiap perbuatan Penyelenggara Negara secara melawan hukum yang menguntungkan kepentingan keluarganya dan atau kroninya di atas kepentingan masyarakat, bangsa dan negara” (dilansir dari *BPK.co.id* 16/02/25). Praktik seperti ini bertentangan dengan nilai-nilai demokrasi dan prinsip keadilan dalam tata Kelola pemerintahan, serta berpotensi merusak kepercayaan publik terhadap institusi politik di Indonesia.

Berdasarkan data *CNNIndonesia.com* hanya dalam lima bulan setelah dilantik pada 2014, setidaknya 14 politisi dan relawan Jokowi-JK mendapat jabatan komisaris di BUMN, termasuk Diaz Hendropriyono, Cahaya Dwi Rembulan Sinaga, dan Fadjoel Rachman. Fenomena ini terus berlanjut di periode kedua pemerintahan Jokowi, dengan tambahan 19 relawan yang juga memperoleh posisi di Perusahaan negara. Penunjukkan seperti Abdee Slank sebagai komisaris independent Telkom Indonesia dan Andi Gani Nena Wea sebagai Presiden Komisaris PT PP memperkuat dugaan bahwa kedekatan dengan lingkaran kekuasaan dapat menjadi tiket untuk menempati jabatan publik, meskipun belum tentu sejalan dengan latar belakang atau kompetensi profesional yang relevan. Pengamat politik Adi Prayitno menilai bahwa praktik ini memang bukan hal baru

dalam politik Indonesia, namun menjadi persoalan serius Ketika jabatan diberikan kepada individu yang tidak memiliki rekam jejak atau kapasitas yang sesuai. Sehingga beresiko menurunkan kualitas tata kelola dan profesionalisme di Lembaga negara (dilansir dari *CNNIndonesia* 16/02/2025).

Menghadapi Pemilu 2024, representasi dinasti politik Jokowi menjadi tantangan tersendiri bagi integritas demokrasi Indonesia. Masyarakat perlu mempertimbangkan apakah politik dinasti dapat berkontribusi positif terhadap pemerintahan yang bersih atau justru memperkuat praktik-praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai demokrasi. Dengan meningkatnya perhatian publik terhadap isu ini, peran media dalam mengedukasi dan membentuk opini masyarakat akan sangat krusial dalam menentukan arah politik di masa mendatang.

Majalah *Tempo* memainkan peran penting dalam menyoroti dinasti politik pada pemilu 2024. *Tempo* dikenal dengan gaya jurnalismenya yang berani dan independen dalam mengkritisi politisi serta kasus-kasus politik yang menyimpang dari prinsip-prinsip kebenaran di Indonesia. Dalam berbagai peristiwa di Indonesia, *Tempo* konsisten mengangkat masalah-masalah politik yang kontroversial dengan sikap kritis dan objektif. (*Tempo.id*, 19/06/2024). Majalah *Tempo* sering kali menghadirkan laporan investigatif yang mendalam dan ilustrasi visual yang penuh makna. Ilustrasi ini tidak hanya menarik perhatian pembaca tetapi juga menggugah kesadaran tentang kompleksitas isu yang dibahas. Dengan konten yang disajikan dalam sampul majalahnya memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri karena sering menggunakan ilustrasi visual yang kaya akan makna dan kontroversial. Hal

ini membuat *Tempo* berbeda dari media lain dalam menyajikan berita atau isu yang tengah mencuat perhatian masyarakat.

Berdasarkan isu politik dinasti dalam pemilu 2024 yang diangkat oleh sampul Majalah *Tempo*, peneliti tertarik untuk menganalisisnya menggunakan semiotika Roland Barthes. Pendekatan semiotika Barthes akan membantu mengungkap makna denotatif, konotatif, dan mitos dari elemen-elemen visual pada sampul majalah tersebut. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana simbol-simbol visual seperti gambar, warna, dan ekspresi tokoh-tokoh politik digunakan untuk menyampaikan pesan tentang politik dinasti. Dengan memahami mitos yang dibentuk melalui representasi ini, analisis akan mengungkap bagaimana *Tempo* membingkai dinasti politik Jokowi sebagai praktik yang kontroversial dan merugikan demokrasi, serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi persepsi publik terhadap pemilu 2024.

1.2. Perumusan Masalah

Fenomena dinasti politik yang semakin mencuat dalam konteks Pemilu 2024 di Indonesia menyoroti praktik di mana kekuasaan atau jabatan politik diwariskan dari satu anggota keluarga ke anggota keluarga lainnya, tanpa mempertimbangkan kapabilitas individu. Majalah *Tempo* memvisualisasikan isu ini melalui sampul-sampul majalah mereka dengan menggunakan ilustrasi yang menggambarkan tokoh-tokoh politik terkait, menampilkan ekspresi dan simbol-simbol visual yang menggambarkan kontroversi dan ketidakjelasan dalam proses politik dinasti. Melalui pendekatan ini, *Tempo* tidak hanya mengangkat isu-isu kritis dalam politik Indonesia, tetapi juga menggunakan elemen visual untuk

mempengaruhi persepsi publik tentang masalah yang mendalam ini, menciptakan ruang bagi diskusi dan refleksi lebih lanjut dalam masyarakat.

Penelitian ini berfokus pada analisis makna dari elemen-elemen visual seperti gambar, narasi, dan ekspresi yang muncul pada sampul majalah *Tempo*, terutama terkait dengan representasi tokoh-tokoh politik dalam konteks politik dinasti. Tujuan utama yakni untuk mengungkap bagaimana elemen-elemen visual ini tidak hanya mengandung makna denotatif (yang tampak secara literal), tetapi juga konotatif (yang melibatkan asosiasi dan interpretasi) yang dapat membentuk naratif atau mitos tentang praktik politik dinasti yang kontroversial. Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana representasi visual ini mempengaruhi persepsi publik terhadap demokrasi di Indonesia, khususnya dalam menjelang Pemilu 2024, yang menjadi momen penting bagi partisipasi masyarakat dalam proses politik negara.

Berdasarkan permasalahan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk melihat bagaimana sampul Majalah *Tempo* merepresentasikan dinasti politik Jokowi pada Pemilu 2024?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna yang terkandung dalam dinasti politik Jokowi pada Pemilu 2024 yang disajikan oleh sampul Majalah *Tempo*. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini akan menguraikan bagaimana elemen-elemen visual dan teks pada sampul majalah tersebut merepresentasikan fenomena dinasti politik.

1.4. Signifikansi Penelitian

1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi literatur akademis di bidang studi media, semiotika, dan ilmu politik dengan menawarkan analisis mendalam mengenai representasi isu politik dinasti melalui media visual. Menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini juga menjelaskan bagaimana makna-makna kompleks dapat dikomunikasikan melalui elemen-elemen visual dan teks pada sampul majalah. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang ingin mengkaji peran media dalam membentuk persepsi publik tentang fenomena politik tertentu.

2. Signifikansi Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi praktisi media, jurnalis, dan desainer grafis tentang bagaimana representasi visual dapat mempengaruhi pemahaman dan sikap publik terhadap isu politik dinasti. Dengan memahami cara-cara yang efektif dalam mengkomunikasikan isu-isu politik melalui media visual, para praktisi dapat lebih bijaksana dalam merancang konten yang tidak hanya informatif tetapi juga memiliki dampak sosial yang positif. Selain itu, temuan ini dapat digunakan oleh pihak-pihak terkait kampanye dalam kampanye pemilu untuk lebih memahami bagaimana visualisasi media dapat mempengaruhi persepsi publik.

3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini memiliki dampak sosial yang signifikan dengan mengungkap bagaimana media dapat memperkuat atau menentang narasi politik dinasti dalam masyarakat. Dengan menganalisis bagaimana isu ini disajikan dan dipersepsikan melalui sampul majalah, penelitian ini dapat membantu masyarakat menjadi lebih kritis terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Hal ini dapat mendorong diskusi publik yang lebih mendalam tentang dampak politik dinasti terhadap demokrasi dan keadilan sosial di Indonesia, serta menginspirasi tindakan-tindakan untuk mengatasi praktik-praktik yang mungkin merugikan proses demokrasi.

1.5.Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Paradigma Penelitian

Paradigma kritis pada dasarnya adalah paradigma ilmu pengetahuan yang meletakkan epistemologi kritik marxisme dalam penelitiannya (Denzin & Lincoln, 2000). Paradigma kritis memandang realitas yang ada sebagai realitas semu. Realitas yang ada bukanlah realitas yang sesungguhnya, melainkan hasil dari segala macam konstruksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Paradigma kritis memungkinkan peneliti untuk mengkaji bagaimana ilustrasi nyeleneh dan penggunaan teks yang tidak baku tidak hanya sebagai elemen artistik, tetapi juga sebagai alat untuk mengkritik praktik dinasti politik yang mungkin memperkuat struktur kekuasaan elit dan menghalangi perubahan sosial. Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana representasi visual dan teks tersebut bisa menantang atau memperkuat norma-norma yang ada, serta bagaimana audiens mungkin menginterpretasikan dan menanggapi pesan yang disampaikan. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya memeriksa makna denotatif tetapi juga konotatif, serta efek sosial dan politik dari representasi tersebut.

1.5.2. State of The Art

Pertama penelitian dengan judul “Keberagaman Konten berita pandemi di Indonesia: Analisis Isi Berita Covid-19 Pada Majalah *Tempo*”. Oleh Ahsani Taqwm Aminudin, (2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap topik-topik utama yang disorot terkait pandemi COVID-19, menganalisis cara penyajiannya, serta mengevaluasi pemilihan narasumber dalam berita-berita terkait pandemi di Majalah *Tempo*. Metode penelitian menggunakan analisis konten kualitatif. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa berita tentang pandemi COVID-19 di Indonesia

disajikan oleh Majalah *Tempo* dari berbagai sumber, sudut pandang, dan tersebar di berbagai rubrik. Studi ini menemukan bahwa pemberitaan pandemi COVID-19 di Majalah *Tempo* disajikan dengan beragam cara, termasuk dalam hal sumber berita, sudut pandang dalam membahas suatu masalah, serta sebaran berita di berbagai rubrik. Penelitian ini mencatat bahwa Inforial (rubrik berbayar) adalah salah satu rubrik yang banyak memuat berita tentang COVID-19 di Majalah *Tempo* dengan persentase 11,68%, dan pemerintah menjadi sumber berita terbesar dengan persentase 40,33%.

Penelitian kedua yang berjudul “Analisa Misrepresentasi Dalam Pembentukan Stereotype Pada Film Dokumenter”. Oleh Musfiah Saidah, (2023). Penelitian ini memiliki tujuan ingin mengetahui bagaimana stereotip budaya lokal yang ditampilkan dalam film dokumenter *Laut Kalimantan Bajou Manusia Dunia Air Sejati*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dalam film dokumenter *Borneo's sea Bajou The Real Water World People* terdapat tanda-tanda yang direpresentasikan menyebabkan misrepresentasi melalui teks percakapan dan teks gambar untuk mendukung stereotip budaya lokal suku Bajou.

Penelitian ketiga yang berjudul “*Racing for Representation: A Visual Content Analysis of North American Running Magazine Covers*”. Oleh Seyidoglu, J., Roberts, C., Darroch, F., Hillsburg, H., Schneeberg, A., McGettigan-Dumas, R., ... & Montaña, A. (2022). Tujuan penelitian ini untuk menguji representasi dalam menganalisis 285 gambar atlet disampul tiga majalah populer di Amerika Utara

Selama Periode 11 tahun (2009-2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan teori feminis interseksional sebagai kerangka kerja, ditemukan adanya disparitas dalam keterwakilan atlet yang mengalami rasialisasi dibandingkan dengan atlet yang tidak mengalami rasialisasi, serta keterwakilan yang berlebihan antara atlet perempuan dengan atlet laki-laki. Kami berargumen bahwa untuk menentang pemahaman dominan tentang siapa yang berhak dan aman berpartisipasi dalam perlombaan lari, penting untuk meningkatkan citra orang-orang yang mengalami rasialisasi di sampul majalah.

Penelitian keempat yang berjudul *“Exploring the Distinction between populism through and by the media from a visual perspective: representations of German politicians on magazine covers of Der Spiegel and Compact”*. Oleh Lorenz Klumpp, (2023). Penelitian ini berfokus pada representasi visual para politisi di sampul mingguan berita Jerman Der Spiegel dan juga Compact. Penelitian ini menggunakan analisis konten visual dan mengintegrasikan pendekatan ikonografi-ikonologis. Artikel tersebut mengemukakan bahwa majalah politik mempengaruhi cara politik dibayangkan, terutama melalui peran visual yang ditunjukkan dalam sampul depan mereka. Sebuah analisis terhadap jenis gambar sampul dua majalah antara tahun 2010 dan 2020 (N=103) dilakukan untuk mengeksplorasi pola representasi visual politisi Jerman yang disebarluaskan oleh majalah-majalah tersebut. di satu sisi, perbandingan antara media arus utama dan media alternatif sayap kanan memperkaya perdebatan teoritis mengenai bagaimana populisme diperkuat oleh struktur peluang yang diciptakan oleh media.

Penelitian kelima dengan judul “*All a Black Women Needs is Great Sex and a Sexy Body: Themes in True Love Magazine Cover Lines*”. Oleh Khulekani Madlela, (2019). Artikel ini bertujuan untuk mengkaji tema-tema feminitas kulit hitam yang ditampilkan pada garis sampul di 12 sampul depan majalah Cinta Sejati Afrika Selatan diterbitkan edisi Juni 2015 dan Mei 2016. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi analisis semiotika sosial dan kualitatif analisis konten dari 83 baris sampul yang diterbitkan dalam 12 terbitan dilakukan untuk mengeksplorasi tema yang digunakan untuk membangun dan mewakili perempuan kulit hitam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sampul majalah memberikan pandangan terbatas mengenai feminitas kulit hitam. Tema-tema utama berfokus pada konsep seks yang baik dan tubuh yang ideal. Pesan yang mendasari adalah bahwa memiliki tubuh yang diinginkan merupakan aset yang dapat membantu seorang wanita maju dalam hidup, dan hal ini terkait dengan kepuasan seksual. Sampul majalah seringkali memberikan panduan untuk mempertahankan hubungan romantis yang sehat. Secara keseluruhan, teks tersebut mempromosikan ekspektasi seks yang tidak realistis dan standar kecantikan glamor yang hampir tidak mungkin dicapai oleh pembaca rata-rata majalah Cinta Sejati.

Penelitian keenam dengan judul “*Education through TIME: Representations of U.S. Education on TIME Magazine Cover*”. Oleh Dani Kachorsky, Stephanie F. Reid, dan Kathryn Chapman, (2020). Tujuan penelitian ini untuk mengkaji bagaimana majalah TIME secara visual merepresentasikan dan mengkomunikasikan ide-ide tentang pendidikan sejak berdirinya Majalah TIME pada tahun 1923 hingga 2019. Multimodalitas, para peneliti melakukan analisis

konten multimodal kualitatif terhadap 115 sampul yang menunjukkan konten terkait dengan pendidikan dan persekolahan. Temuan-temuannya meliputi: (a) nama dan tempat digunakan untuk menunjukkan otoritas, kekuasaan, atau relevansi dalam lingkungan pendidikan; (b) pembelajaran dan persekolahan disajikan seolah-olah tidak berubah seiring waktu; (c) representasi yang terlalu umum dan metonimik dapat mewakili kategori luas dari pemangku kepentingan pendidikan; (d) sekolah-sekolah digambarkan sebagai institusi yang perlu diperbaiki; dan (e) sekolah-sekolah dipandang sebagai tempat untuk perdebatan sosiopolitik yang lebih besar.

1.5.3. Novelty (Kebaharuan)

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam menganalisis semiotika Roland Barthes pada dinasti politik Jokowi dalam pemilu 2024 melalui fokus terhadap sampul Majalah *Tempo*, berbeda dari penelitian sebelumnya yang hanya membahas lebih umum dalam menganalisis konten media atau tidak menggunakan pendekatan semiotika secara mendalam. Dengan menerapkan teori semiotika Roland Barthes, penelitian ini tidak hanya mengeksplorasi makna denotatif dan konotatif dari elemen visual dan teks, tetapi juga mengungkap bagaimana representasi isu dinasti politik di media dapat membentuk persepsi publik dan mempengaruhi dinamika politik. Pendekatan ini menunjukkan wawasan baru tentang cara majalah berpengaruh seperti *Tempo* membingkai isu-isu kritis dalam hal demokrasi Indonesia, serta menawarkan analisis yang lebih terperinci dengan dampak visual dan naratif dari media tersebut dalam membentuk diskursus politik kontemporer.

1.5.4. Teori Representasi

Menurut Stuart Hall, representasi adalah gagasan yang sangat berbeda dengan refleksi karena menyiratkan kerja aktif dalam memilih dan menyajikan, dalam menyusun dan membentuk kerja yang lebih aktif dalam membuat sesuatu bermakna' (1982: 131) dari pada hanya menyajikannya, apa adanya, pada nilai nominal. Kiasan terhadap 'kerja aktif' ini mengingatkan kita bahwa tidak ada yang alami atau tak terelakkan tentang representasi, representasi adalah produk dari 'kerja'; representasi adalah karya konstruksi.

Representasi adalah proses yang digunakan anggota suatu budaya untuk menggunakan bahasa (secara luas didefinisikan sebagai sistem apa pun yang menggunakan tanda, sistem penanda apa pun) guna menghasilkan makna. Definisi ini sudah mengandung premis penting bahwa benda-benda objek, orang, peristiwa, di dunia tidak memiliki makna yang pasti, final, atau sejati dalam dirinya sendiri. Kitalah dalam masyarakat, dalam budaya manusia yang membuat sesuatu berarti, yang menandakan. Akibatnya, makna akan selalu berubah, dari satu budaya atau periode ke budaya atau periode lainnya. Tidak ada jaminan bahwa setiap objek dalam satu budaya akan memiliki makna yang setara di budaya lain, justru karena budaya berbeda, terkadang secara radikal, satu sama lain dalam kode mereka cara mereka membagi, mengklasifikasikan, dan menetapkan makna bagi dunia. Jadi, satu gagasan penting tentang representasi adalah penerimaan derajat relativisme budaya antara satu budaya dan budaya lain, kurangnya kesetaraan tertentu, dan karenanya perlunya penerjemahan saat kita bergerak dari pola pikir atau alam semesta konseptual satu budaya atau budaya lain. (Hall, 1997).

Menurut Hall (1997), Terdapat tiga pendekatan utama untuk memahami cara kerja representasi makna melalui bahasa: reflektif, intensional, dan konstruktivis. Pendekatan reflektif beranggapan bahwa makna ada dalam objek, orang, ide, atau benda di dunia nyata, dan bahasa berfungsi sebagai cermin yang mencerminkan makna tersebut. Dalam pandangan ini, bahasa dianggap sebagai alat untuk meniru atau mereplikasi kenyataan yang ada, seperti yang tercermin dalam konsep mimesis yang digunakan oleh orang Yunani kuno. Mereka percaya bahwa karya sastra besar seperti "*The Iliad*" oleh Homer adalah refleksi dari serangkaian peristiwa heroik yang sebenarnya terjadi. Oleh karena itu, pendekatan ini sering disebut sebagai pendekatan mimetik karena memandang bahasa sebagai cerminan langsung dari dunia nyata.

Pendekatan intensional, sebaliknya, berfokus pada peran individu sebagai pembawa makna. Pendekatan ini berpendapat bahwa makna ditentukan oleh penulis atau pembicara, yang memaksakan makna pribadinya pada dunia melalui bahasa. Dalam perspektif ini, bahasa adalah ekspresi dari niat individu, di mana kata-kata mencerminkan apa yang dimaksudkan oleh penulis atau pembicara. Meskipun kita memang menggunakan bahasa untuk mengekspresikan pandangan pribadi, teori ini memiliki keterbatasan karena mengabaikan sifat bahasa sebagai alat komunikasi sosial. Makna tidak bisa sepenuhnya bersifat pribadi karena bahasa memerlukan kode dan konvensi yang dapat dipahami oleh orang lain. Tanpa kesepakatan sosial mengenai arti kata, komunikasi tidak mungkin terjadi, sehingga bahasa tidak bisa menjadi sistem yang sepenuhnya pribadi.

1.5.5. Magazine Cover

Majalah dalam bahasa Inggris adalah publikasi berkala yang berfokus pada hiburan dan berbagai topik, ditulis oleh beberapa penulis, sering kali dilengkapi dengan ilustrasi. Majalah biasanya berbeda dari surat kabar karena memuat lebih sedikit berita dan diterbitkan dengan frekuensi lebih rendah (mingguan, bulanan, atau lebih jarang dibandingkan harian). Pada abad kesembilan belas, majalah dibedakan dari ulasan atau terbitan triwulanan dengan menekankan hiburan ringan dan biasanya menyertakan fiksi. Sejak sekitar tahun 1910, istilah "majalah kecil" merujuk pada publikasi berkala dengan sirkulasi rendah yang diproduksi oleh dan untuk kelompok avant-garde. Sejak abad kedua puluh, istilah "majalah" terutama digunakan untuk merujuk pada majalah hiburan dengan konten visual yang tinggi. (King, 2008).

Istilah “majalah” awalnya berasal dari bahasa Arab yang berarti tempat penyimpanan. Makna ini paling terlihat dalam konteks militer, tetapi secara umum istilah ini digunakan secara metaforis sebagai gudang pengetahuan. Buku-buku pernah menggunakan istilah “majalah” dalam judul mereka (misalnya Robert Ward, *Versi Animasi dari Warre* atau, majalah *Militarie* yang berisi peraturan paling benar untuk Pengelolaan Warre (1639)), namun Majalah Gentleman adalah majalah pertama yang menggunakan kata tersebut sebagai nama dirinya. Dalam iklan edisi pertamanya (Januari 1731), majalah ini membenarkan namanya dengan menyatakan bahwa ia “mengumpulkan, seperti dalam sebuah Majalah, Karya-karya yang paling luar biasa” yang dicetak ulang atau diringkas dari ratusan teks di

seluruh Inggris, sehingga dapat “diterbitkan atau dilestarikan untuk Manfaat dan Informasi universal”. (King, 2008).

Dalam (Wasike, 2020), Meskipun ada pepatah populer yang mengatakan 'jangan menilai buku dari sampulnya', penelitian memperlihatkan bahwa penjualan majalah sangat dipengaruhi oleh sampulnya. Sebanyak 80 persen penjualan majalah di kios koran bergantung pada sampul (Johnson dan De Lozano, 2002). Sampul yang menarik tidak hanya meningkatkan minat terhadap majalah, tetapi juga meningkatkan kemungkinan pembelian (Reichert dan Zhou, 2007). Sampul majalah terdiri dari beberapa elemen seperti logo (nama majalah) dan garis sampul (teks deskriptif, teaser, dan info). Namun, elemen utamanya adalah gambar sampul, yang berfungsi sebagai cermin kertas yang menggoda sehingga pembaca dapat mengidentifikasi diri mereka sendiri (Iqani, 2012). Penggambaran ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dirancang dengan sengaja untuk mendapatkan reaksi tertentu dari calon pembeli. Editor majalah dan direktur seni dengan sengaja membuat keputusan saat memilih gambar yang akan ditampilkan di sampul (Kitch, 1999; Spiker, 2003).

Walaupun tujuan utama sampul majalah adalah untuk menjual, mereka juga memiliki efek lain yang lebih dari sekadar mendorong keinginan untuk membeli. Pertama, sampul majalah berbeda dari halaman depan surat kabar karena gambar yang ada memiliki tujuan lebih dari sekadar editorial. Gambar ini juga mencerminkan siapa yang dianggap penting dan memiliki nilai sosial yang lebih tinggi dalam masyarakat. Dalam studinya tentang sampul majalah *Time* (Bates, 2011), berpendapat bahwa sampul tersebut mencerminkan nilai-nilai masyarakat.

Misalnya, penelitiannya menunjukkan bahwa selama bertahun-tahun, majalah *Time* semakin jarang menampilkan intelektual publik di sampulnya dan lebih sering memilih selebriti dan subjek berita ringan. Tren ini mungkin juga disebabkan oleh pengaruh jurnalisme selebriti yang semakin meluas, seperti yang diungkapkan oleh pakar lain seperti dalam (Araraki, 2014).

Sampul majalah dalam (Jenkins *et al.*, 2017), berperan sebagai gudang simbol budaya dan telah menjadi ruang dengan makna institusional. Misalnya, tampil di sampul majalah *People* memberikan legitimasi kepada seorang selebriti. Kata majalah berasal dari bahasa Arab "*makhazin*," yang berarti 'gudang atau tempat penyimpanan' (Johnson dan Prijatel, 2007: 4). Majalah memang berfungsi sebagai tempat untuk menyimpan ide, opini, dan informasi (Johnson dan Prijatel, 2007: 4), dan sampulnya telah menjadi gudang makna budaya. Taylor (2006: 9) menyatakan bahwa sampul majalah harus dianggap sebagai media yang penting. Dampak sampul majalah mencerminkan pengaruh sosiokultural majalah sebagai media massa. Meski majalah merupakan entitas bisnis yang berubah mengikuti tren industri, majalah juga berfungsi sebagai penanda budaya yang mencerminkan realitas sosial dan budaya tempat majalah tersebut diproduksi (Abrahamson, 2009).

Sampul majalah dipandang sebagai tempat bergengsi untuk menampilkan dan mempromosikan gambar orang atau produk, karena kekuatan budaya mereka sebagai media yang sangat terlihat dan juga karena tekstur mewah dari kertas glossy yang digunakan. Ada pandangan umum dalam industri majalah bahwa majalah bulanan yang glossy dianggap lebih "berkelas" dibandingkan majalah mingguan yang kurang *glossy*. Penggunaan sampul *glossy* oleh majalah selebriti dan fashion

mingguan untuk menghilangkan label "murahan" menunjukkan kekuatan kertas glossy tersebut (untuk gambaran perubahan pasar majalah wanita, lihat Gough-Yates 2007). Majalah biasanya dipajang, dijual, dilihat, dan dibeli di kios majalah. Di kios ini, bagian yang ditujukan untuk pria diisi dengan berbagai majalah yang dianggap menarik bagi mereka, seperti majalah mobil dan majalah "lad". Gambar 1 dan 2 adalah foto dari sebuah kios majalah di London yang menunjukkan tampilan kedua genre majalah tersebut. Pemilihan dua teks dari setiap bagian "*Men's Interest*" di kios majalah memungkinkan analisis mendalam tentang peran kelancaran dalam pembentukan makna dalam gambar-gambar tersebut. (Iqani, 2012).

Majalah juga bisa memainkan peran yang lebih luas, membentuk realitas sosial dari momen sosiokulturalnya (Abrahamson, 2007) dengan mempengaruhi tren dan selera. Majalah mencapai pengaruh ini dengan membangun komunitas di antara pembaca dengan minat yang sama dan berbicara kepada mereka tentang topik yang penting bagi mereka (Abrahamson, 2009). Majalah juga berfungsi sebagai situs produksi pengetahuan, meskipun pengetahuan ini cenderung menekankan pengetahuan yang masuk akal dan sudah dibagikan, sering kali dimediasi dengan mengutip media lain, perantara budaya, dan tokoh selebriti (Narunsky-Laden, 2013: 76). Namun demikian, pembaca bergantung pada dunia sosial yang sudah dikenal yang diciptakan dalam majalah dan menghargai pesan-pesan yang dapat dikenali yang mereka sebar, serta peluang yang mereka berikan untuk pengorganisasian sosial dalam lingkungan tersebut (Narunsky-Laden, 2013). (Jenkins *et al.*, 2017).

1.5.6. Struktur Cover Majalah

Struktur sampul depan majalah terdiri dari beberapa elemen penting, antara lain:

a. Masthead (Logo)

Merupakan nama majalah yang ditulis dengan gaya huruf khusus sehingga membentuk logo. Elemen ini berfungsi sebagai identitas visual yang mudah dikenali dan menjadi bagian dari strategi branding dan pemasaran majalah.

b. *Selling Line* atau *Tagline*

Tagline (slogan atau *strapline*) pada *cover* majalah adalah frasa pendek, menarik, dan mudah diingat yang biasanya terletak di dekat logo (masthead) majalah. Fungsinya adalah untuk menyatakan esensi, nilai, atau misi inti dari majalah tersebut.

c. Dateline

Dateline merujuk pada informasi yang menunjukkan tanggal edisi majalah tersebut dan/atau nomor edisinya. Ini adalah elemen penting yang memberikan konteks waktu dan identifikasi spesifik untuk setiap terbitan.

d. Main Image

Main image (gambar utama) adalah elemen visual yang paling dominan dan menonjol pada *cover* majalah. Ini adalah gambar pertama yang dilihat pembaca dan berfungsi sebagai daya tarik utama untuk menarik perhatian mereka. Gambar ini biasanya menempati sebagian besar ruang

pada cover dan sering kali menampilkan seorang selebriti, model, objek, atau ilustrasi yang relevan dengan tema atau artikel utama dalam edisi tersebut.

a. *Coverlines*

Coverline adalah istilah umum yang merujuk pada semua teks judul yang muncul di cover majalah, selain dari nama majalah (*masthead*) dan tagline. Tujuan utama *coverline* adalah untuk memberi tahu calon pembaca tentang artikel-artikel menarik yang ada di dalam majalah, sekaligus membujuk mereka untuk membeli edisi tersebut.

b. *Main Coverline*

Main coverline (sering juga disebut main headline atau cover story headline) adalah judul utama yang paling menonjol pada *cover* majalah. Fungsinya adalah untuk mengumumkan artikel atau cerita paling penting dan menarik yang ada di dalam edisi tersebut.

c. *Lead-in / Blurp*

Blurp merupakan bagian singkat yang memberikan informasi tentang latar belakang dan kualifikasi penulis artikel. Umumnya ditampilkan di bawah garis tipis, seperti yang dilakukan oleh *The New Republic*, misalnya: “Carl L. Proffer adalah profesor bahasa dan sastra Slavia di Universitas Michigan serta editor *Russian Literature Triquarterly*.” Ringkasan ini bisa ditempatkan di kolom mana pun, terutama jika artikel berlanjut ke halaman lain (Rivers, 1983).

Kombinasi dari seluruh elemen ini menciptakan sebuah sistem semiotik yang kompleks pada sampul majalah. Melalui tata letak huruf, gambar, dan warna, sampul ini menyampaikan pesan utama dan tambahan secara visual kepada pembaca (Franzia, 2018).

1.5.7. Tipografi

Tipografi, khususnya elemen teks, merupakan komponen yang sangat penting dalam dunia desain publikasi. Seorang desainer harus memperhatikan aspek keterbacaan huruf agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh pembaca. Menurut Salma (2022) dalam artikelnya, ada berbagai macam jenis tipografi yang dinilai sesuai untuk digunakan dalam desain publikasi cetak seperti majalah, dan masing-masing memiliki karakteristik serta fungsi tersendiri.

1. Huruf *Serif*

Jenis huruf ini memiliki ciri khas berupa garis kecil atau “kaki” pada ujung-ujung hurufnya. *Font* dengan gaya serif dinilai ideal untuk teks-teks panjang karena tampilannya yang bersih dan mudah dibaca. Gaya huruf ini umum digunakan dalam berbagai konteks, bahkan di luar dunia desain grafis. Contoh jenis *font serif* yang sering digunakan adalah *Times New Roman*, *Georgia*, *Cambria*, *Roboto*, dan *Noto Serif*. Dalam pembuatan majalah, jenis huruf serif sangat cocok digunakan sebagai *body text* atau isi utama karena membantu menjaga kenyamanan pembaca saat membaca teks dalam jumlah besar.

2. Huruf *Slab Seri-Font* ini memiliki tampilan tebal dan kokoh, dengan ciri khas balok pada ujung-ujung hurufnya. *Slab serif* memberikan kesan kuat,

tegas, dan berani. Karena tampilannya yang mencolok, jenis huruf ini sangat sesuai digunakan untuk elemen-elemen yang perlu ditonjolkan seperti judul utama (*masthead*), *headline*, atau artikel pembuka (*lead article*). Contoh *font slab* yang banyak digunakan antara lain *Roboto Slab*, *Alfa Slab One*, dan *Arbutus Slab*.

3. Huruf *Script* Gaya huruf ini menyerupai tulisan tangan manusia, sehingga memberikan kesan pribadi dan hangat. *Font* jenis *script* biasanya digunakan dalam konteks-konteks khusus seperti undangan karena tampilannya yang elegan dan bersifat intim. Beberapa contoh huruf *script* adalah *Dancing Script*, *Seaweed Script*, dan *Pinyon Script*. Namun demikian, karena bentuknya yang dekoratif dan terkadang sulit dibaca dalam jumlah banyak, font ini kurang cocok digunakan untuk teks panjang maupun judul utama. Lebih tepat bila dipakai untuk kutipan pendek atau elemen teks yang singkat seperti pull quotes.
4. Huruf *Comic* dikenal karena bentuknya yang santai dan mudah dibaca, serta memberikan nuansa yang ramah dan tidak kaku. *Font* ini sering ditemukan dalam buku komik, namun juga bisa digunakan dalam desain majalah, terutama pada bagian *deck* yakni teks pengantar antara judul dan isi utama karena sifatnya yang ringan dan tidak terlalu panjang. Salah satu contoh *font* yang populer dalam kategori ini adalah *Comic Neue*.
5. Huruf *Stencil* memiliki tampilan yang tegas, mencerminkan kekuatan dan ketegasan. Karakteristik ini menjadikannya cocok digunakan dalam media massa seperti surat kabar, khususnya untuk bagian judul. Contoh huruf

stencil yang sering digunakan antara lain *Saira Stencil One* dan *Big Shoulders Stencil Text*. Dalam konteks majalah, huruf jenis ini juga bisa digunakan untuk elemen-elemen yang memerlukan penekanan visual.

6. Huruf *Typewriter* meniru tampilan teks pada mesin ketik klasik, sehingga menimbulkan nuansa *retro* atau *vintage*. *Font* ini jarang digunakan dalam majalah atau surat kabar *modern* karena tingkat keterbacaannya yang rendah, dan tampilannya yang kurang formal. Salah satu contoh font dalam kategori ini adalah *American Typewriter*. Biasanya, huruf ini hanya digunakan dalam desain bertema nostalgia atau untuk menonjolkan kesan lama.
7. Huruf Dekoratif memiliki bentuk yang beragam dan penuh ornamen. Karena tampilannya yang unik dan penuh gaya, *font* ini sangat menarik secara visual namun kurang cocok untuk teks yang panjang. *Font* dekoratif paling sesuai digunakan pada bagian-bagian yang membutuhkan daya tarik visual tinggi, seperti judul utama (*masthead*), *headline*, *coverline*, atau *tagline*. Contoh *font* dekoratif meliputi *Birthday Font* dan *Walt Disney*.

1.5.8. Warna

Warna merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Warna juga mengandung nilai filosofis, simbolik, dan emosional, yang berkaitan dengan bagaimana seseorang menafsirkan makna di balik warna tertentu melalui pendekatan psikologi warna (Paksi., et al 2021). Dalam hal ini warna terbagi menjadi 3 jenis yakni Warna Primer, Sekunder, dan Tersier berikut penjelasan

mengenai pembagian dan karakteristik masing-masing jenis warna tersebut (Zharandont, 2015):

a. Warna Primer

Tiga warna utama yang termasuk dalam kelompok warna primer yaitu merah, kuning, dan biru telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Ketiga warna ini sering digunakan di berbagai fasilitas umum, seperti jalan raya dan taman kota. Misalnya, warna merah umum digunakan pada rambu lalu lintas atau identitas petugas pemadam kebakaran. Warna kuning banyak diterapkan pada papan peringatan, terutama di area berbahaya seperti tikungan tajam di jalan tol. Sementara itu, biru biasanya dijumpai pada papan penunjuk seperti rambu penyeberangan anak sekolah. Pemilihan warna-warna primer ini bukan tanpa alasan, karena warna tersebut memiliki karakter yang mencolok, stabil, dan sangat efektif dalam menarik perhatian publik dibandingkan dengan warna lainnya.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil campuran dari dua warna primer, seperti oranye, hijau, ungu, dan merah muda. Warna-warna ini cenderung cerah dan sering digunakan dalam produk yang berkaitan dengan dunia anak-anak hingga remaja maupun dewasa, seperti mainan, pakaian, dan aksesoris. Karakter lembut dan cerianya menjadikan warna-warna ini efektif untuk menyesuaikan dengan tema tertentu dan menarik minat konsumen dari berbagai kalangan.

c. Warna Tersier

Warna tersier terbentuk melalui pencampuran satu warna primer dengan satu warna sekunder. Contoh dari kelompok ini antara lain merah oranye, emas kekuningan, silver, serta merah bata. Warna-warna tersebut memiliki kemampuan untuk menciptakan kesan yang kuat dan eksklusif. Umumnya, warna tersier diasosiasikan dengan nuansa mewah, elegan, dan premium. Oleh karena itu, warna ini sering diterapkan dalam desain produk bernilai tinggi seperti perhiasan, jam tangan, barang elektronik, maupun aksesoris lainnya, dengan tujuan menambah daya tarik dan meningkatkan nilai jual produk tersebut di mata konsumen.

Warna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kondisi psikologis seseorang saat melihatnya. Seperti dilaporkan oleh *Times of India*, tiap warna memunculkan kesan dan emosi yang berbeda pada manusia:

a. Merah

Merah merupakan warna yang memunculkan semangat tinggi dan dorongan kuat untuk bertindak. Dalam psikologi warna, merah dikaitkan dengan energi, gairah, kekuatan, dan kebahagiaan. Warna ini juga bisa menstimulasi indera tubuh, seperti meningkatkan selera makan serta dorongan seksual. Meskipun begitu, warna merah juga dapat menimbulkan asosiasi negatif seperti rasa gelisah atau kekerasan.

b. Oranye

Sebagai hasil kombinasi dari merah dan kuning, oranye menampilkan kesan hangat dan penuh semangat. Warna ini sering dihubungkan dengan sifat percaya diri, optimisme, dan kemampuan bersosialisasi. Namun, penggunaannya yang berlebihan bisa memberi kesan murahan karena terlihat terlalu mudah dijangkau. Untuk menciptakan kesan elegan dan berbeda, oranye sebaiknya dikombinasikan dengan warna-warna seperti biru atau ungu.

c. Kuning

Kuning menggambarkan kebahagiaan, kehangatan, dan keceriaan. Warna ini juga dianggap mampu merangsang aktivitas mental dan pikiran yang logis. Mereka yang menyukai kuning biasanya kreatif dan memiliki kemampuan berpikir orisinal. Namun, sisi negatifnya adalah kecenderungan mudah cemas, merasa gelisah, dan bisa menjadi terlalu kritis ketika berhadapan dengan tekanan, baik dari dirinya sendiri maupun dari orang lain.

d. Biru

Biru dikenal sebagai warna yang menenangkan dan sering dikaitkan dengan efek terapeutik seperti mengurangi stres, insomnia, atau tekanan darah tinggi. Di dunia bisnis, warna ini sering dipilih karena memberikan kesan

profesional dan dapat dipercaya, sehingga sering disebut sebagai warna korporat. Biru tua mendorong pemikiran rasional dan jernih, sedangkan biru muda membantu menenangkan dan meningkatkan konsentrasi.

e. Hijau

Hijau merupakan warna yang erat dengan alam dan menyampaikan nuansa damai serta relaks. Dari sudut pandang psikologi, hijau membantu seseorang lebih tenang saat menghadapi tekanan dan mendukung keseimbangan emosi serta komunikasi yang terbuka. Dalam desain, hijau memberikan kesan segar, apalagi bila dipadukan dengan warna coklat gelap yang natural.

f. Hitam

Hitam biasanya memberi kesan kelam, misterius, dan sedikit menyeramkan. Namun, warna ini juga mampu memunculkan nuansa elegan dan berkelas. Kombinasi warna hitam dengan elemen lain dalam desain akan membuat tampilannya menjadi lebih menarik dan kuat secara visual.

g. Putih

Warna putih memiliki efek menenangkan dan bisa mengurangi rasa sakit fisik. Hal ini karena putih mencerminkan kebebasan, kesucian, dan keterbukaan. Namun, jika digunakan secara dominan, putih dapat menyebabkan mata cepat lelah atau bahkan sakit kepala. Dalam dunia kesehatan, putih memberi kesan steril dan bersih. Untuk desain minimalis, putih sering menjadi pilihan utama karena tampilannya yang sederhana dan netral.

h. Coklat

Coklat tergolong warna yang menggambarkan unsur alam dan bumi. Warna ini menciptakan suasana yang hangat, nyaman, dan aman. Selain itu, coklat juga dapat menunjukkan kesan kemewahan dan keandalan, terutama bila dikaitkan dengan warna emas. Dalam psikologi, warna ini

menggambarkan karakter yang stabil dan terpercaya. Logo bisnis seperti firma hukum cocok menggunakan warna coklat karena mengesankan profesionalitas dan kepercayaan.

1.5.9. Dinasti Politik

Dinasti politik ini cenderung mempertahankan kekuasaan dalam sebuah keluarga, sehingga mengabaikan prinsip meritokrasi atau prestasi dalam seleksi pemimpin. Ini menyebabkan kekuasaan tetap terpusat pada kelompok tertentu, sehingga proses regenerasi politik menjadi terbatas hanya pada hubungan kekerabatan. Akibatnya, sistem demokrasi yang seharusnya memberikan kesempatan yang setara bagi semua individu menjadi tidak berjalan dengan optimal.

Dinasti politik merupakan bentuk reproduksi kekuasaan yang bersifat primitif karena bergantung pada hubungan darah dan keturunan dari kelompok tertentu (E. Clubok, N. Wilensky & F. Berghorn, 1996:1035). Pada sistem ini, kepentingan publik sering kali diabaikan. Keberadaan dinasti politik melemahkan demokrasi karena berupaya mempertahankan kekuasaan dalam lingkup kelompok atau keluarga tertentu. Oleh karena itu, politik dinasti bertentangan dengan prinsip demokrasi yang substansial. Dengan demikian, politik dinasti menjadi salah satu penghalang dalam mewujudkan sistem politik yang benar-benar demokratis (Pasan, 2018).

Querubin (2010), menjelaskan pandangannya mengenai dinasti politik pada intinya mengarah kepada keluarga yang anggotanya memegang kekuasaan politik formal lebih dari satu generasi. Artinya, dinasti politik ini akan menggunakan kekuasaan yang dimilikinya agar tidak lepas dari lingkungan keluarga atau

kerabatnya. Dinasti politik yang kini menjadi istilah populer, merujuk pada upaya seorang pemimpin yang terpilih melalui pemilihan umum, baik di tingkat pusat maupun daerah, untuk mempertahankan kekuasaan dengan menempatkan anggota keluarga atau kerabatnya dalam posisi strategis dalam pemerintahan. Hal ini dilakukan agar mereka dapat menjadi penerus kepemimpinan di periode berikutnya atau menggantikan posisi yang tengah dijabat. Fenomena ini mencerminkan strategi penguatan jaringan kekuasaan dalam lingkup keluarga, sehingga peran dan pengaruh mereka dalam pemerintahan tetap terjaga (Dedi, 2022).

Menurut Mosca (dalam Heryanto, 2019), kemunculan dinasti politik disebabkan oleh kecendrungan elite politik untuk mewariskan kekuasaan kepada generasi berikutnya. Pewarisan ini dimungkinkan oleh sifat terbuka dari posisi politik yang tersedia. Sementara itu, Stephen Hess (dalam Heryanto, 2019) menambahkan bahwa kelangsungan atau berhentinya sebuah politik dinasti bergantung pada langkah yang diambil oleh generasi penerus. Keberlanjutan ini memberikan keuntungan bagi keluarga politik untuk mempertahankan serta memperluas pengaruh mereka dalam pemerintahan.

Dinasti politik dapat bertahan berbagai faktor, seperti tradisi budaya, warisan, politik, atau bahkan kebijakan hukum yang memungkinkan alih kekuasaan dalam lingkup keluarga tertentu. Sistem ini tidak didasarkan pada prinsip kompetensi atau meritokrasi (Hidayat, 2014). Meski dinasti politik dapat memberikan stabilitas jangka panjang karena pemimpin baru telah tumbuh dalam lingkungan politik dan memiliki pengalaman dalam pemerintahan, sistem ini juga menimbulkan berbagai permasalahan. Konsentrasi kekuasaan dalam satu keluarga

atau kelompok berisiko memicu praktik nepotisme, korupsi, serta ketidakadilan dalam tata kelola pemerintahan. Dinasti politik semakin memperkuat jejaring kekuasaannya, sehingga mampu mengendalikan partai politik dan melemahkan prinsip-prinsip demokrasi. Di tingkat masyarakat, upaya mempertahankan status quo juga sering dilakukan dengan mendorong anggota keluarga atau orang dekat kepala daerah untuk menggantikan petahana (Martien, 2017). Selain itu, jejaring familisme turut berperan dalam dinamika politik dengan memengaruhi pengambilan keputusan dalam pemerintahan (Risya, 2024).

Bahaya dari dinasti politik adalah dampak buruknya terhadap tata kelola daerah dan negara. Jika dinasti politik terus berkembang, proses rekrutmen dan kaderisasi di partai politik akan terhambat. Hal ini akan berujung pada munculnya praktik korupsi, terutama dalam pengelolaan sumber daya alam, pendapatan daerah, dan penggunaan anggaran negara. Selain itu, meningkatnya kekuasaan dinasti di berbagai daerah bisa memperburuk kualitas pemerintahan, merugikan masyarakat, dan melemahkan sistem demokrasi.

1.5.10. Nepotisme

Nepotisme merupakan fenomena yang telah lama melekat dalam berbagai sistem pemerintahan di seluruh dunia, dan sering dipandang sebagai bentuk ketidakadilan yang sulit dibuktikan secara hukum. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), nepotisme diartikan sebagai tindakan memberikan keuntungan kepada kerabat atau teman dekat, khususnya dalam ranah pemerintahan, tanpa memperhatikan kelayakan atau kemampuan. Dalam perspektif hukum, nepotisme dipahami sebagai perilaku pejabat publik yang mendahulukan kepentingan

keluarga atau orang terdekat daripada kepentingan masyarakat luas (Mu'aafi, 2024).

Nepotisme dijelaskan juga dalam undang-undang no 28 tahun 1999, bahwa nepotisme adalah setiap perbuatan penyelenggara negara secara melawan hukum yang menguntungkan kepentingan keluarganya dan atau kroninya di atas kepentingan masyarakat, bangsa, dan negara (dilansir dari BPK.co.id 16/02/2025). Nepotisme adalah praktik yang sering terjadi di lingkungan pemerintahan, di mana pejabat memberikan keistimewaan kepada kerabat dekat dalam pemberian jabatan atau keuntungan. Hal ini menimbulkan ketidakadilan karena mengabaikan prinsip meritokrasi, di mana posisi seharusnya diberikan berdasarkan kualifikasi dan kemampuan. Praktik ini merugikan masyarakat karena menghalangi individu yang kompeten dan berhak mendapatkan kesempatan tersebut.

1. Ciri-ciri Nepotisme

Nepotisme dapat dikenali melalui beberapa tanda, di antaranya:

1. Pengangkatan atau pengisian jabatan dilakukan secara otoriter
2. Penempatan atau pemberian posisi tertentu tidak berdasarkan kemampuan/keahlian, tetapi karena ada hubungan keluarga atau kedekatan
3. Kurang atau tidak ada kejujuran seseorang dalam menjalankan amanat yang diberikan kepadanya. Misalnya menutup kesempatan bagi seseorang yang memiliki hak dan kemampuan.

4. Adanya kesenjangan dan ketidakadilan dalam pelaksanaan pekerjaan maupun pemberian fasilitas. Misalnya, orang-orang tertentu memiliki gaji lebih tinggi meskipun pekerjaannya lebih mudah dan sedikit

2. Jenis Nepotisme

Nepotisme dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Nepotisme Ikatan Kekeluargaan

Nepotisme ikatan kekeluargaan merupakan bentuk nepotisme yang paling sederhana dan mudah dikenali.

2. Nepotisme *College Tribalism*

Nepotisme *College tribalism* merupakan bentuk nepotisme berdasarkan asal perguruan tinggi atau jurusan yang sama.

3. *Organizational Tribalism*

nepotisme *Organizational tribalism* adalah bentuk nepotisme berdasarkan organisasi tertentu, seperti organisasi profesi, partai politik, dan lainnya.

4. *Institutional Tribalism*

Nepotisme *Institutional tribalism* adalah bentuk nepotisme dimana para pelaku berasal dari instansi yang sama di luar instansinya saat ini.

1.6. Asumsi Penelitian

Asumsi dalam penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa media massa, khususnya sampul Majalah *Tempo*, tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai ruang produksi makna dan representasi ideologi

tertentu. Dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, diasumsikan bahwa setiap elemen visual dan teks pada sampul majalah mengandung lapisan tanda (denotasi dan konotasi) yang secara ideologis membentuk mitos tentang kekuasaan dan kepemimpinan. Representasi politik dinasti dalam konteks ini tidak hanya ditampilkan secara langsung melalui citra figur Presiden Jokowi dan keluarganya, tetapi juga dikonstruksi melalui simbol, metafora visual, dan narasi yang membentuk pemaknaan tertentu di benak pembaca. Pendekatan ini diyakini mampu mengungkap makna tersembunyi dari tanda-tanda visual maupun teks yang muncul pada sampul, serta mengidentifikasi mitos atau ideologi yang dibentuk dan disampaikan kepada publik. Selain itu, diasumsikan bahwa isu dinasti politik yang muncul menjelang dan selama Pemilu 2024 merupakan isu yang signifikan dalam lanskap politik nasional, sehingga menjadi perhatian khusus bagi Majalah Tempo untuk dikonstruksikan secara kritis dalam narasi visualnya.

Selain itu, berdasarkan teori representasi Stuart Hall, penelitian ini berasumsi bahwa representasi media terhadap fenomena dinasti politik tidak bersifat netral atau objektif, melainkan diproduksi melalui proses seleksi, konstruksi, dan penyampaian makna yang terkait dengan relasi kuasa. Dalam konteks Pemilu 2024, representasi keluarga Presiden Jokowi dalam media menjadi bentuk artikulasi kekuasaan yang menghubungkan praktik nepotisme dengan pembingkaihan simbolik yang memengaruhi opini masyarakat. Maka, dalam kerangka ini, konsep dinasti politik dipahami sebagai bentuk praktik kekuasaan yang direproduksi secara visual dan simbolik dalam media, yang pada akhirnya

berperan dalam membentuk pemahaman kolektif tentang legitimasi, otoritas, dan keadilan dalam demokrasi Indonesia.

1.7.Operasionalisasi Konsep

Pada penelitian ini akan berfokus pada representasi dinasti politik Jokowi dalam sampul majalah *Tempo* edisi Pemilu 2024. Isu ini mulai berkembang menjelang pemilu 2024, di mana keterlibatan Presiden Jokowi dalam mendorong anak dan menantunya maju dalam kontestasi politik seperti Gibran menjadi calon wakil presiden dan Bobby Nasution sebagai calon kepala daerah menuai sorotan publik dan menimbulkan perdebatan mengenai praktik pewarisan kekuasaan dalam demokrasi. Fenomena ini memunculkan wacana mengenai politik dinasti, yang ditandai dengan kecenderungan konsolidasi kekuasaan dalam lingkaran keluarga penguasa. Majalah *Tempo*, sebagai salah satu media yang dikenal kritis, merepresentasikan isu tersebut melalui berbagai elemen visual dan tekstual pada sampulnya, seperti ilustrasi tokoh, simbol kekuasaan, narasi satir, serta penggunaan warna dan komposisi yang sarat makna.

Selanjutnya penelitian ini akan menggunakan teori representasi yang digabungkan dengan konsep dinasti politik. Penggunaan teori tersebut berfungsi untuk memahami bagaimana makna tentang dinasti politik tidak sekadar ditampilkan sebagai fakta politik, tetapi dikonstruksi melalui simbol, bahasa visual, dan narasi media yang sarat dengan kepentingan ideologis. Dengan menggunakan perspektif representasi Stuart Hall, penelitian ini melihat bahwa media dalam hal ini sampul Majalah *Tempo* tidak hanya merekam realitas, melainkan secara aktif membentuk pemahaman publik

terhadap isu dinasti politik Jokowi. Sementara itu, konsep dinasti politik digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi pola-pola kekuasaan yang bersifat familial dan berlangsung lintas jabatan, yang menjadi fokus kritik visual dalam sampul-sampul tersebut. Dengan menggabungkan keduanya, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana praktik pewarisan kekuasaan dalam keluarga Presiden Jokowi direpresentasikan, dinormalisasi, atau justru dikritik secara simbolik oleh media menjelang Pemilu 2024.

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan Metode Analisis Semiotika Roland Barthes. Penelitian kualitatif menurut Creswell dalam (Fiantika *et al.*, 2022), digunakan untuk membentuk pernyataan pengetahuan yang didasarkan pada perspektif konstruktif (seperti penafsiran yang berasal dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial, dan sejarah untuk membentuk teori atau pola pengetahuan tertentu) atau perspektif partisipatif (seperti orientasi terhadap politik, isu, kolaborasi, atau perubahan), atau menggunakan dua-duanya.

Analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengungkap bagaimana isu dinasti politik direpresentasikan pada sampul Majalah *Tempo*, dengan pendekatan yang mencakup tiga level makna denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi adalah tingkat pertama dari makna tanda dalam teori Barthes. Pada tingkat ini, tanda diartikan secara literal atau objektif, yaitu makna yang langsung ditangkap oleh indera tanpa tafsir tambahan. Konotasi adalah tingkat kedua dalam sistem tanda, yaitu makna yang muncul melalui asosiasi budaya, emosional, dan

ideologis. Makna ini sudah melalui proses penafsiran berdasarkan nilai, keyakinan, dan pengalaman sosial masyarakat. Sedangkan mitos (myth) dalam semiotika Barthes bukan berarti dongeng atau cerita fiksi, melainkan ideologi yang disamarkan sebagai sesuatu yang alami atau umum. Mitos adalah cara masyarakat mengonstruksi dan menyebarkan pandangan dunia tertentu melalui tanda-tanda sehari-hari. Mitos bekerja dengan membuat makna ideologis tampak seperti kebenaran universal (Barthes, 1957).

1.8.2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah sampul majalah *Tempo* mengenai isu dinasti politik Jokowi dalam Edisi pemilu 2024 yang dipublikasikan di media cetak online *Tempo*. Objek ini dipilih karena sampul majalah tidak hanya berfungsi sebagai elemen promosi untuk menarik perhatian pembaca, tetapi juga sebagai ruang representasi ideologi, kritik sosial, dan konstruksi makna yang kompleks.

1.8.3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup ilustrasi gambar yang terdapat dalam sampul Majalah *Tempo* yang membahas mengenai isu dinasti politik Jokowi pada pemilu 2024. Data ilustrasi mencakup gambar, foto, infografis, dan elemen visual lainnya yang mendampingi artikel dan membantu memperjelas atau memperkaya informasi yang disampaikan. Data ilustrasi visual ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam tentang bagaimana politik dinasti interpretasikan dan dipersepsikan oleh majalah *Tempo*.

1.8.4. Sumber Data

Data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut:

3. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah cover majalah *Tempo* yang mencakup dokumentasi narasi pemberitaan mengenai dinasti politik Jokowi dalam pemilu 2024. Data ini mencakup elemen-elemen visual dan teks yang digunakan pada sampul majalah untuk menyampaikan pesan terkait dinasti politik.

4. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari informasi yang diambil dari literatur sebelumnya seperti buku, jurnal, artikel dan sumber relevan lainnya yang berkaitan dengan isu dinasti politik Jokowi dalam pemilu 2024 sampul majalah *Tempo*.

1.8.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dalam proses pengumpulan data menggunakan beberapa bagian, yang pertama observasi (pengamatan) melalui cara mencari data dari sampul Majalah *Tempo*. Bagian selanjutnya memutuskan edisi yang ingin dimasukkan kedalam kategori penelitian, dimana penelitian ini dimulai saat membahas isu dinasti politik Jokowi pada pemilu Presiden 2024 karena kasus ini sangat ramai disuarakan oleh berbagai media yang ada di Indonesia. Adapun edisi cover majalah *Tempo* yang akan di analisis yakni, pada tanggal 2 Juli 2023, 20

Agustus 2023, 19 November 2023, dan 14 Januari 2024 dan yang terakhir pada edisi 12 Mei 2024. Jadi total semua konten yang akan dianalisis berdasarkan dengan tema politik dinasti Jokowi yakni 5 sampul majalah *Tempo*.

Karakteristik pemilihan teks pada sampul majalah *Tempo* yang akan dianalisis antara lain:

1. Menampilkan figur yang berkaitan langsung dengan Jokowi, keluarga dan kerabatnya
2. Mengandung symbol atau tanda visual kekuasaan/negara
3. Mengandung kata kunci politis yang mengarah pada dinasti seperti (ayah, ibu, putra mahkota, dan keluarga)
4. Edisi yang terbit pada momen strategis pada Pemilu 2024

1.8.6. Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes untuk menguraikan makna yang terkandung. Analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengungkap bagaimana isu politik dinasti direpresentasikan pada sampul Majalah *Tempo*, dengan pendekatan yang mencakup tiga level makna denotatif, konotatif, dan mitos. Denotatif adalah tingkat pertama dari makna tanda dalam teori Barthes. Pada tingkat ini, tanda diartikan secara literal atau objektif, yaitu makna yang langsung ditangkap oleh indera tanpa tafsir tambahan. Konotatif adalah tingkat kedua dalam sistem tanda, yaitu makna yang muncul melalui asosiasi budaya, emosional, dan ideologis. Makna ini sudah melalui proses penafsiran berdasarkan nilai, keyakinan, dan pengalaman sosial

masyarakat. Sedangkan mitos (myth) dalam semiotika Barthes bukan berarti dongeng atau cerita fiksi, melainkan ideologi yang disamarkan sebagai sesuatu yang alami atau umum. Mitos adalah cara masyarakat mengonstruksi dan menyebarkan pandangan dunia tertentu melalui tanda-tanda sehari-hari. Mitos bekerja dengan membuat makna ideologis tampak seperti kebenaran universal (Barthes, 1957).

Dalam proses interpretasi data menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, makna dianalisis melalui elemen-elemen struktur sampul majalah, yaitu *masthead*, *tagline*, *main image*, *main coverline*, *coverline*, *dateline*, *lead-in/blurb*, dan penggunaan warna. Setiap elemen tersebut tidak hanya dilihat sebagai komponen desain, tetapi juga sebagai penanda (*signifier*) yang membawa makna tersirat (*signified*), baik pada tingkat denotatif, konotatif, maupun mitos yang dibentuk oleh media terhadap dinasti politik Jokowi.

1.8.7. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini yakni terbatasnya cakupan hanya pada liputan di sampul depan majalah *Tempo*, sehingga informasi yang dianalisis mungkin tidak mencakup Gambaran keseluruhan dari semua artikel yang relevan. Selain itu, penelitian ini juga tidak memperhitungkan perspektif dan sudut pandang dari sumber-sumber lain di luar majalah *Tempo* yang mungkin memberikan pemahaman yang lebih luas tentang isu dinasti politik Jokowi dalam pemilu 2024.

1.8.8. Goodness Kriteria

Goodness kriteria dalam penelitian ini yang menganalisis tentang kritik isu dinasti politik Jokowi dalam Pemilu 2024 pada sampul majalah *Tempo* melibatkan beberapa aspek kunci yang menentukan kualitas dan relevansi hasil analisis. Pertama, kredibilitas sumber adalah penting, yaitu memastikan bahwa majalah *Tempo* sebagai sumber data memiliki reputasi yang baik dan diakui atas keakuratan serta keseimbangannya. Kedua, relevansi topik, di mana penelitian harus memastikan bahwa isu dinasti politik yang dibahas adalah masalah yang relevan dan aktual dalam konteks Pemilu 2024. Ketiga, keterandalan metode, yang mencakup penggunaan metode analisis yang konsisten dan valid untuk mengevaluasi konten visual dan teks pada sampul. Terakhir, objektivitas analisis, di mana peneliti harus memastikan bahwa interpretasi data dilakukan secara netral tanpa bias yang dapat mempengaruhi hasil akhir. Dengan mempertimbangkan kriteria ini, penelitian dapat memberikan analisis yang mendalam dan terpercaya tentang bagaimana majalah *Tempo* mempresentasikan isu dinasti politik Jokowi.