

Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Sampul *Annual Report* Bank BCA

Arifah Armi Lubis
Tanri Abeng University
Jl. Swadarma Raya No.58, Ulujami, Pesangrahan, Jakarta Selatan 12250
E-mail: arifah@tau.ac.id

ABSTRAK

Annual Report menjadi sarana komunikasi perusahaan dalam menginformasikan kinerja organisasi selama satu tahun periode pelaporan yang ditujukan kepada para pemegang saham serta pihak yang berkepentingan lainnya. Sampul *Annual Report* akan menjadi gerbang pertama yang menyajikan informasi terkait isi dokumen tersebut. Bank BCA adalah salah satu bank besar di Indonesia maka tanda dalam sampul *Annual Report* perusahaan ini menarik untuk diteliti. Penelitian ini menggunakan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce untuk mencari tahu makna tanda pada sampul *Annual Report* BCA. Menurut Peirce, semiotika terdiri dari 3 unsur utama yaitu tanda, objek dan *interpretant*. Metode yang digunakan adalah kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena tersebut secara mendalam. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan makna bahwa Laporan Tahunan 2019 menjadi media penyampaian komitmen BCA dalam melakukan perubahan layanan dan produk. Kemudian, tanda laki-laki digunakan untuk merepresentasikan manajemen puncak dan wanita untuk merepresentasikan pelaksana/manajemen tingkat menengah.

Kata kunci : *Annual Report, Semiotika, Semiotika Charles Sanders Peirce*

ABSTRACT

The Annual Report is a company's communication tool to inform organization performance during one year reporting period that shared to shareholders and other interested parties. The cover of Annual Report will be the first gateway to present information related to the contents of the document. BCA is one of large banks in Indonesia, hence signs in the cover of BCA's Annual Report will be interesting to be examined. This study used Charles Sanders Peirce's semiotic analysis to find out the meaning of the signs on cover of BCA's Annual Report. According to Peirce, semiotics consists of 3 main elements, namely signs, objects and interpretants. The method used is qualitative which aims to explain this phenomenon in a deep presentation. The results in this study indicate that the 2019 Annual Report is a medium for conveying BCA's commitment in navigating changes of services and products. Then, the male sign is used to represent top level of management and women to represent manager/middle level of management.

Keywords: *Annual Report, Semiotics, Charles Sanders Peirce's Semiotics*

1. PENDAHULUAN

Annual Report atau Laporan Tahunan disusun oleh perusahaan sebagai usaha menginformasikan perkembangan bisnis dan operasional kepada stakeholder khususnya *shareholder*, calon investor, publik dan pemerintah. Di dalam *Annual Report* terdapat beberapa poin penting yang harus disampaikan perusahaan, di antaranya: strategi perusahaan, laporan keuangan, kinerja dan prospek manajemen serta laporan tanggung jawab sosial perusahaan. *Annual Report* telah menjadi kendaraan utama perusahaan untuk transfer informasi (Stanko & Zeller 2003, h. 3). Pembentukan *image* positif melalui pesan di dalam *Annual Report* merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk membangun kepercayaan publik (Kohut & Segars, 1992).

Annual Report (AR) telah menjadi objek penelitian di berbagai disiplin ilmu. Jika mengkaji *Annual Report* dari ilmu Komunikasi, menurut Stanton dan Stanton (2002), maka *Annual Report* dipandang sebagai dokumen komunikasi dari simbol yang dipilih dan disusun untuk memberi makna pada sebuah cerita untuk tujuan tertentu. Visualisasi memiliki poin penting dalam penyusunan *Annual Report* dan tentunya, sampul juga merupakan visualisasi yang disusun sedemikian rupa. Hopwood dalam Stanton & Stanton (2002) berpendapat bahwa *Annual Report* telah menjadi produk yang sangat canggih, yang tujuan utamanya adalah secara konstruktif membangun visibilitas dan

menyampaikan makna tertentu daripada mengungkapkan ‘apa yang ada di dalamnya’.

Semiotika atau ilmu tanda mengandaikan serangkaian asumsi dan konsep yang memungkinkan kita untuk menganalisis sistem simbolik dengan cara sistematis. Meski semiotika mengambil model awal dari bahasa verbal, bahasa verbal hanyalah salah satu dari sekian banyak sistem tanda yang ada di muka bumi. Maka, seluruh tindak komunikasi antarmanusia sesungguhnya merupakan tanda; teks yang harus ‘dibaca’ terlebih dahulu agar dapat dimengerti maksudnya (Denzin & Lincoln 2009, h. 617).

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis sampul *Annual Report* perusahaan dengan teori semiotika model Charles Sanders Peirce. Mengapa menganalisis sampul *Annual Report* penting? Stittle (2003, h. 8, 10, 13) menjelaskan betapa pentingnya desain sampul pada *Annual Report*. Sampul sering diabaikan, dianggap tidak penting, tetapi bisa sangat berpengaruh. Sampul adalah hal pertama yang dilihat pembaca, sampul yang kusam dan tidak mengesankan akan dengan cepat memastikan bahwa laporan tersebut diabaikan. Pesan yang digambarkan dalam laporan tahunan secara keseluruhan, setidaknya tidak bertentangan dengan pernyataan misi yang telah dicetak pada sampul. Jadi, penting sekali untuk mensinkronkan pernyataan misi dengan tema laporan tahunan.

Bank BCA merupakan bank swasta terbesar di Indonesia. Bank

BCA masuk dalam *The World's Best Bank 2020* dan menduduki peringkat pertama di negara Indonesia (Forbes, 2020). Oleh karena itu, menarik bagi penulis untuk menganalisis makna tanda dalam sampul *Annual Report* bank BCA melalui pertanyaan penelitian berikut ini:

- a. Bagaimana makna sampul *Annual Report* Bank BCA berdasarkan konsep Triadik (tanda, objek, *interpretant*) Peirce?
- b. Bagaimana penggunaan tanda pada sampul Bank BCA?

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa analisis semiotika terhadap sampul *Annual Report*. Objek penelitian ini adalah sampul *Annual Report* Bank BCA tahun 2019 yang berbahasa Indonesia. Adapun metodologi ini berasal dari pendekatan interpretif (subjektif). Pandangan subjektif menekankan penciptaan makna, artinya individu-individu melakukan pemaknaan terhadap segala perilaku yang terjadi. Hasil pemaknaan ini merupakan pandangan manusia terhadap dunia sekitar (Kriyantono, 2009, h. 55).

Sementara itu, jenis atau tipe riset ini adalah deskriptif karena peneliti ingin membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat (Kriyantono, 2009, h. 67). Dengan menggunakan konsep Triadik (Segitiga Makna) Peirce yaitu, tanda, objek dan *interpretant*, maka penelitian ini berusaha mendeskripsikan makna serta penggunaan tanda pada sampul *Annual Report* Bank BCA.

Noth (1995, h. vii) membagi objek analisis semiotika menjadi beberapa kategori yaitu, semiotika teks, komunikasi nonverbal, estetika dan komunikasi visual. Pada kategori estetika dan komunikasi visual terdapat beberapa jenis objek yang dapat dianalisis yaitu, objek estetika, musik, arsitektur, objek, citra, lukisan, fotografi, film, komik, iklan. Lebih lanjut, Noth (1995, h. 450, 452, 454) menjelaskan ada dua jenis argumen untuk ketergantungan gambar pada bahasa. Pertama, menyangkut peran komentar verbal yang menyertai gambar dan kedua, menyangkut perlunya bantuan bahasa dalam proses analisis. Dengan demikian, penelitian ini menganalisis makna tanda dari ilustrasi gambar dan teks pada sampul *Annual Report* Bank BCA dengan semiotika Peirce.

3. LANDASAN TEORI

Semiotika

Susanne Langer dalam Morissan (2015, h. 135) menilai bahwa simbol sebagai hal yang sangat penting dalam ilmu filsafat karena simbol penyebab dari semua pengetahuan dan pengertian yang dimiliki manusia dan manusia membutuhkan lebih dari sekadar tanda, manusia membutuhkan simbol. Semiotika atau penyelidikan simbol-simbol, membentuk tradisi pemikiran yang penting dalam teori Komunikasi. Tradisi semiotika terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri (Littlejohn & Foss 2018, h. 53).

Semiotika berfokus lebih sempit pada penggunaan, struktur, dan fungsi tanda-tanda (simbol, kata, gambar, dan lain-lain). Namun, pada akhirnya ini menghasilkan wawasan yang berhubungan dengan pertanyaan yang lebih besar tentang makna keberadaan. Tujuan utama semiotika adalah untuk menyelidiki, menguraikan, mendokumentasikan, dan menjelaskan apa, bagaimana, dan mengapa tanda, tidak peduli seberapa sederhana atau kompleks tanda tersebut (Danesi, 2007, h. 3). Sementara itu, Eco (1976, h. 8-9) membagi dua jenis semiotika: semiotika komunikasi dan semiotika signifikansi. Semiotika komunikasi menekankan pada unsur pengirim, pesan, penerima, saluran, acuan, dan penekanan pada pemahaman kode atau sistem penandaan. Sementara sistem signifikansi adalah suatu konstruksi semiotika yang otonom yang memiliki mode keberadaan abstrak yang independen dari segala tindakan komunikatif yang dimungkinkannya. Semiotika signifikansi dapat berlaku secara independen tanpa semiotika komunikasi: tetapi tidak mungkin untuk membangun semiotika komunikasi tanpa semiotika signifikansi.

Semiotika menurut Berger dalam Tinarbuko dalam Mudjiyanto dan Nur (2013) memiliki dua tokoh utama, yakni Ferdinand De Saussure dan Charles Sanders Peirce. Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah, Saussure di Eropa dan Peirce di Amerika Serikat. Latar belakang keilmuan Saussure adalah linguistik, sedangkan Peirce adalah filsafat.

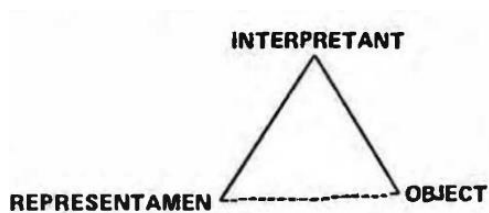
Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi yang didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada dibelakangnya sistem pembedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Sementara itu, Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya semiotika.

Posisi filosofis-semiotika Peirce: “Kapan pun kita berpikir, kita telah memberikan kesadaran kepada beberapa perasaan, citra, konsepsi, atau representasi lain yang berfungsi sebagai tanda” tetapi berpikir juga untuk menghubungkan tanda-tanda bersama-sama (Eco, 1976, h. 166). Rangkaian dinamis dalam teori tanda-tanda Peirce ini menjadikannya ayah dari semiotika non-positivis (Lechte, 1994, h. 169).

Sejak pertengahan abad ke-20, semiotika telah berkembang menjadi bidang penyelidikan yang luas. Ini telah diterapkan pada studi bahasa tubuh, bentuk seni, wacana dari semua jenis, komunikasi visual, media, iklan, narasi, bahasa, objek, gerakan, ekspresi wajah, kontak mata, pakaian, ruang, masakan, ritual. Singkatnya, Semiotika untuk segala sesuatu yang diproduksi dan digunakan manusia dalam berkomunikasi dan mewakili hal-hal dengan cara yang bermakna secara psikologis dan sosial (Danesi, 2007, h. 5).

Semiotika melibatkan ide dasar Segitiga Makna (Konsep Triadik) yang menegaskan bahwa arti muncul dari hubungan di antara tiga hal:

benda (objek), manusia (penafsir) dan tanda (Littlejohn & Foss 2018, h. 54), (Eco, 1976, h. 15). Tanda (*representamen*) adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merepresentasikan hal lain di luar tanda itu sendiri, sementara objek (acuan tanda) adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda. Pengguna tanda (*interpretant*) adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada di dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda (Kriyantono, 2009, h. 265). Sebuah tanda dengan demikian tidak pernah merupakan entitas yang terisolasi, tetapi selalu memiliki tiga aspek ini (Lechte, 1994, h. 166), seperti ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Konsep Triadik Peirce (Eco, 1976, h. 59)

Sebuah tanda itu sendiri, menurut Peirce, adalah sebuah contoh dari *Firstness*, sementara objeknya, contoh dari *Secondness*, dan penafsirnya - elemen perantara - contoh dari *Thirdness*. Peirce memang mencari struktur ketiganya, di mana pun ketiganya berada. Ketiganya dalam konteks produksi tanda juga memunculkan semiosis tanpa batas, sejauh penafsir (*ide*),

yang membaca tanda sebagai tanda sesuatu (yaitu sebagai representasi makna atau referensi), selalu dapat dipahami oleh penerjemah lain. Penafsir adalah elemen yang sangat diperlukan untuk menghubungkan tanda ke objeknya (induksi, deduksi, dan pengambilan (hipotesis) yang merupakan tiga jenis penafsir penting). Suatu tanda untuk eksis sebagai tanda harus ditafsirkan (dan karenanya memiliki seorang penafsir) (Lechte, 1994, h. 167). Jadi, arti bergantung pada gambaran atau pikiran seseorang yang dalam kaitannya dengan tanda dan benda yang direpresentasikan oleh tanda (Littlejohn & Foss 2018, h. 55).

Lebih lanjut, Lechte (1994, h. 167) menjelaskan bahwa tipe-tanda Peirce (yang kemudian disebut sebagai Objek) juga memiliki bentuk triadik dasar, yaitu: ikon, indeks, dan simbol. Sederhananya, tanda ikon adalah tanda yang dalam satu atau beberapa hal memiliki kesamaan dengan objek yang ditandai. Sementara indeks adalah tanda yang secara fisik terkait dengan, atau dipengaruhi oleh objeknya. Simbol menurut Peirce (berbeda dengan Saussure pada poin ini), merujuk pada tanda-tanda konvensional yang digunakan dan memiliki arti umum. Ikon dapat mengandung unsur-unsur konvensional, indeks memiliki hubungan 'dinamis' dengan apa yang ditandakannya. Sementara, simbol memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan dengan *interpretant*.

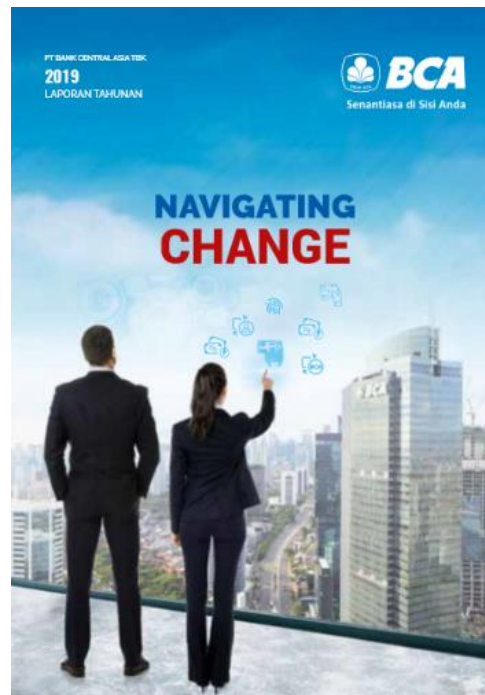
Peirce juga mengembangkan tipologi tanda yang komprehensif. Tanda *qualisign* adalah tanda yang

menarik perhatian dengan beberapa kualitas referensi (objek yang diwakilinya) seperti warna, bentuk, ukuran, dan sebagainya. *Sinsign* adalah tanda yang memilih objek tertentu - jari menunjuk dan kata-kata 'di sana-sini' adalah contoh dari *sinsign*. *Legisign* adalah tanda yang menunjuk sesuatu berdasarkan konvensi (secara harfiah 'oleh hukum'). *Legisign* mencakup berbagai jenis simbol dan emblem seperti yang digunakan pada bendera dan logo (Danesi, 2007, h. 21). Jadi, *qualisign* adalah *representamen* (tanda) yang mengacu pada kualitas, *Sinsign* adalah *representamen* (tanda) yang menarik perhatian atau memilih objek tertentu dalam ruang-waktu. *Legisign* adalah *representamen* (tanda) yang menunjuk sesuatu dengan konvensi (Danesi, 2007, h. 179, 180, 176).

Sementara itu, Peirce menjelaskan kaitan tanda dengan *interpretant* akhir yaitu, pertama, *rheme* yaitu sebuah tanda yang diinterpretasikan oleh penafsir akhir sebagai perwakilan beberapa kualitas yang dapat diwujudkan dalam objek yang ada. *Qualisign* dapat juga jadi sebuah *rheme* dan indeks, *sinsign* juga jadi *rheme*. Kedua, *dicent* atau juga disebut *dicisign*, adalah sebuah tanda yang diinterpretasikan sebagai mengusulkan beberapa informasi yang ada. Ketiga, *argument*, yaitu tanda yang ditafsirkan sebagai tanda hukum, aturan regulatif atau prinsip utama (Savan, 1988, h. 65-66). Jadi, dapat disimpulkan bahwa baik tanda (*representamen*), objek, maupun *interpretant* terdiri dari 3 kategori yaitu: *firstness*, *secondness*, dan *thirdness*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Makna Sampul *Annual Report* BCA tahun 2019



Gambar 2. Sampul *Annual Report* BCA tahun 2019

Tanda yang ada pada sampul dapat dibedah berdasarkan *representamen*, *object* dan *interpretant*. *Representamen* atau tanda pada sampul berupa tampilan visual yaitu gambar laki-laki, wanita, gambar pemandangan sekitarnya, logo BCA, serta teks (verbal) yaitu: PT Bank Central Asia Tbk, 2019, Laporan Tahunan, *Navigating change*, Senantiasa di Sisi Anda. Kemudian, objeknya adalah *Annual Report* BCA tahun 2019 sehingga muncul *interpretant* yaitu; *Annual Report* BCA tahun 2019 bertemakan *Navigating Change* yaitu sebuah komitmen BCA untuk melakukan perubahan pelayanan dan produk ke

arah yang lebih baik sebagai perwujudan komitmen BCA ‘Senantiasa di Sisi Nasabah/*Always by your side*’.

Berdasarkan *representamen*, tanda terbagi menjadi *qualisign*, *sinsign* dan *legisign*. *Qualisign* dalam sampul tersebut adalah gambar laki-laki yang menunjukkan ketegasan dan kepemimpinan serta seorang wanita yang menunjukkan kemampuannya menavigasikan layanan (pelaksana). *Sinsign*nya adalah jas hitam yang menandakan mereka pimpinan elit yang punya kuasa dan wibawa, kemudian gedung-gedung tinggi menunjukkan kemajuan zaman dan langit cerah menandakan hari/masa depan yang cerah. Adapun *legisign* yaitu laki-laki adalah pemimpin dan jas adalah pakaian formal saat bekerja dan dipakai pimpinan perusahaan. Jika *representamen* ini disimpulkan, maka sampul tersebut ingin menunjukkan ketegasan pimpinan (*top level of management*) dan ketekunan manajemen (*middle level of management*) BCA untuk meningkatkan performa demi kemajuan perusahaan.

Berdasarkan *object*, tanda terbagi menjadi ikon, indeks, dan simbol. Adapun ikon pada sampul *Annual Report* tersebut adalah gambar laki-laki, wanita, pemandangan gedung tinggi, termasuk gedung BCA dan langit. Keempat gambar tersebut memiliki keserupaan/kemiripan dengan kondisi sebenarnya.

Sementara itu, dalam menguraikan indeks membutuhkan

penjelasan yang lebih detail. Tulisan “Annual Report” mengindekskan materi tersebut adalah laporan tahunan BCA. Gambar laki-laki mengindekskan pimpinan serta gambar wanita mengindekskan pelaksana (manajerial) dan pakaian yang digunakan kedua model tersebut mengindekskan mereka menempati posisi penting. Fitur-fitur kecil yang dinavigasikan wanita mengindekskan layanan dan produk digital BCA, warna langit biru dan bersih mengindekskan hari yang cerah. Jenis *font* yaitu *Corporate Sans* atau masuk dalam kategori *Sans Serif Font* mengindekskan ketegasan, sederhana, kepekaan. Warna *font* pada tema terdiri dari warna biru dan merah. Warna biru pada teks “*Navigating*” mengindekskan keyakinan dan kecerdasan dalam upaya menavigasikan pelayanan (*Navigating*) sementara warna merah pada teks “*change*” mengindekskan energi untuk menyerukan terlaksananya “*change*” atau perubahan itu sendiri.

Adapun simbol yang terdapat pada sampul yaitu logo BCA dan teks “PT Bank Central Asia Tbk” yang tentunya mengacu pada identitas perusahaan yang telah diketahui umum dan bahkan diakui sebagai bank swasta terbaik di Indonesia. Sementara itu, gedung Menara BCA juga menjadi simbol karena merupakan kantor pusat BCA. Pakaian jas hitam menyimbolkan ‘kekuasaan’, dan ‘kelas’, dan gedung tinggi menjadi simbol kota dan kemajuan zaman. Simbol berikutnya yaitu, teks “Laporan Tahunan” dan perusahaan telah memahami bahwa, “Laporan

Tahunan adalah dokumen utama yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan rincian aktivitas, hasil keuangan dan strategi mereka kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya (CPA Australia, 2019, h. 5)". Simbol berikutnya yaitu teks '*Navigating Change*' yang mana di dalam kamus *navigating* berasal dari kata *navigate* yang artinya melayarkan dan *change* yang artinya perubahan (Stevens & Schmidgall-Tellings 2010). Kalimat ini secara implisit menyampaikan pesan tentang komitmen perusahaan dalam berupaya untuk melakukan perubahan yang lebih baik. Simbol terakhir yaitu "Senantiasa di Sisi Anda" merupakan *tagline* BCA yang menjadi simbol komitmen BCA pada nasabahnya.

Jika ikon, indeks dan simbol ini dihubungkan maka dapat disimpulkan: melalui Laporan Tahunan 2019, BCA menyampaikan bahwa pimpinan (*top level of management*) dan manajemen (*middle level of management*) memiliki satu visi yang sama yaitu "*Navigating Change*", melakukan perubahan ke arah yang lebih baik khususnya dalam layanan dan produk digital sebagai bukti komitmen BCA selalu mengedepankan pelayanan kepada nasabah. Keyakinan dalam mengupayakan perubahan itu menunjukkan ketegasan dan sifat kepekaan perusahaan dalam menghadapi perkembangan zaman.

Berdasarkan *interpretant*, tanda terbagi menjadi *Rheme*, *Dicent/Decisign*, dan *Argument*. *Rheme* adalah dua orang berdiri menghadap gedung Menara BCA

dan salah satu di antaranya menavigasikan fitur layanan digital BCA. *Decisign*nya adalah pimpinan bekerja bersama *manager* (manajemen) untuk melakukan perubahan yang lebih baik pada layanan dan produk BCA. Sementara *argument*nya adalah Bank BCA sebagai bank Swasta terbaik yang memberikan pelayanan maksimal dan laki-laki adalah pemimpin di manajemen puncak (*top level of management*) serta wanita adalah *manager* (*middle level management*) dalam dunia kerja.

Jadi, berdasarkan konsep Triadik Peirce, makna sampul ini adalah Laporan Tahunan 2019 menjadi media penyampaian komitmen pimpinan (*top level of management*) dan manajemen tingkat menengah (*middle level management*) BCA dalam melakukan perubahan layanan dan produk ke arah yang lebih baik khususnya dalam layanan digital untuk menghasilkan kepuasan dan kenyamanan nasabah. Hal ini sebagai bukti bahwa BCA adalah bank swasta terbaik dalam penyediaan produk dan layanan berkualitas. Navigasi perubahan ini sebagai wujud ketegasan dan keyakinan BCA untuk senantiasa bergerak maju dalam menghadapi perkembangan zaman demi kemajuan perusahaan.

Di dalam laporan tersebut, terdapat banyak penjelasan yang berkaitan dengan tema *Annual Report*, di antaranya dalam materi berjudul; Keberlanjutan Tema, *Navigating Change*, Mempertahankan Kualitas Kinerja Pertumbuhan, Memberikan

Kemudahan dan Kenyamanan, Laporan Direksi, Tinjauan Bisnis: Perbankan Transaksi & Perbankan Individu dan lain-lain. Jadi, pesan dalam sampul sesuai dengan isi dokumen, khususnya pada penjelasan tema dan hal ini sejalan dengan penjelasan Stittle (2003, h. 13) yaitu “Pesan yang digambarkan dalam laporan tahunan secara keseluruhan, setidaknya tidak bertentangan dengan pernyataan misi yang telah dicetak pada sampul” dan BCA berhasil mengemas hal tersebut. Oleh karena itu, sampul adalah manifestasi utama dalam mewujudkan *image* positif perusahaan dalam sebuah *Annual Report*.

Penggunaan Tanda pada Sampul *Annual Report* BCA tahun 2019

Dari penjelasan di atas, penggunaan tanda dalam sampul dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Gambar laki-laki dengan penekanan pada postur, gaya tubuh serta pakaian merepresentasikan manajemen puncak (*top level of management*) dan ‘kepemimpinan laki-laki’. Hal ini kemudian menyiratkan citra dominasi laki-laki dalam dunia kerja.
- b. Gambar perempuan dengan penekanan pada aktivitas (menavigasikan fitur) dan pakaian mengisyaratkan ‘kemampuan manajerial wanita’, maka wanita merepresentasikan *manager* (*middle level of management*).

Dua makna tanda tersebut menunjukkan pesan yang ingin digambarkan di dalam sampul yaitu kerja sama. Kerja sama dari masing-

masing pihak di dalam organisasi untuk mencapai visi misi perusahaan.

5. KESIMPULAN

Hasil analisis semiotika pada sampul *Annual Report* Bank BCA dapat disimpulkan bahwa berdasarkan konsep Triadik Peirce, makna sampul ini adalah Laporan Tahunan 2019 menjadi media penyampaian komitmen pimpinan (*top level of management*) dan manajemen tingkat menengah (*middle level management*) BCA dalam melakukan perubahan layanan dan produk ke arah yang lebih baik khususnya dalam layanan digital untuk menghasilkan kepuasan dan kenyamanan nasabah. Hal ini sebagai bukti bahwa BCA adalah bank swasta terbaik dalam penyediaan produk dan layanan berkualitas. Navigasi perubahan ini sebagai wujud ketegasan dan keyakinan BCA untuk senantiasa bergerak maju dalam menghadapi perkembangan zaman demi kemajuan perusahaan.

Adapun tanda laki-laki digunakan untuk merepresentasikan pimpinan/ manajemen puncak (*top level of management*) sementara wanita digunakan untuk merepresentasikan manajemen tengah/*manager* (*middle level of management*).

DAFTAR PUSTAKA

CPA Australia. (2019). *A Guide to Understanding Annual Reports: Australian Listed Companies November 2019*. Australia.

- Danesi, M. (2007). *The Quest For Meaning: A Guide to Semiotic Theory and Practice*. Canada: University of Toronto Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y.S. Penerjemah Dariyatno, d. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar,.
- Forbes. (2020). Diakses pada 27 September 2020, dari <https://www.forbes.com/worlds-best-banks/#621a52931295>.
- Kohut, G., & Segars, A. (1992). The President's Letter To Stockholders: An Examination Of Corporate Communication Strategy. *Journal of Business Communication*, 29 (1), 7-21.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lechte, J. (1994). *Fifty Key Contemporary Thinkers- From Structuralism to Postmodernity*. London & NY.: Routledge.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2018). *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mudjiyanto, B., & Nur., E. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi- Semiotics in Research Method of Communication. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa – PEKOMMAS*, 16 (1), 73-82.
- Noth, W. (1995). *Handbook of Semiotics*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.
- PT Bank Central Asia Tbk. (2020). *Laporan Tahunan 2019*. Jakarta.
- Savan, D. (1988). *An Introduction to C.S. Peirce's Full System of Semiotic*. Canada: Toronto Semiotic Circle.
- Stanko, B., & Zeller, T. (2003). *Understanding Corporate Annual Reports*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Stanton, P. A., & Stanton., J. (2002). Researching Corporate Annual Reports: An Analysis Of Perspectives Used. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 15 (4), 1-29.
- Stevens, A. M., & Schmidgall-Tellings. (2010). *A Comprehensive Indonesian-English Dictionary*. Ohio: Ohio University Press.
- Stittle, J. (2003). *Annual Reports: Delivering Your Corporate Message to Stakeholders*. England: Gower.
- Umberto, E. (1976). *A Theory of Semiotics*. London: Indiana University Press.