

**SEMIOTIKA VISUAL KARYA FOTOGRAFI
PEMENANG “POS INDONESIA PHOTO CONTEST 2010”**

**Gita Agustiani
0909990**

ABSTRAK

Geliat fotografi yang dimulai sejak tahun 2000-an karena derasnya arus teknologi digital, membuat orang ‘berbondong-bondong’ menggemari dunia Mat Kodak ini. Fotografi sekarang bahkan telah berubah menjadi bagian *lifestyle* masyarakat, tidak peduli umur ataupun strata sosial. Sebagai salah satu karya desain komunikasi visual yang bisa memproduksi tanda atau pesan, fotografi kemudian dijadikan alat pencitraan bagi Pos Indonesia untuk mempertahankan sekaligus menunjukkan eksistensinya di tengah persaingan global dan kehadiran layanan substitusi lain dengan mengadakan *Pos Indonesia Photo Contest*. Karya tulis ini bermaksud mengidentifikasi komponen visual serta menggali makna dari setiap tanda yang terdapat pada karya fotografi pemenang lomba tersebut. Bila peneliti lain meneliti bentuk karya, namun tulisan ini juga menganalisis aktivitas yang terdapat pada sebuah karya. Untuk memudahkan analisis, peneliti menggunakan teori-teori seni rupa dan pendekatan semiotika Pierce yang membagi tanda ke dalam tiga tipe yaitu ikon, indeks dan simbol. Melalui tanda visual itu, peneliti bisa menyimpulkan bahwa pada setiap foto pemenang “Pos Indonesia Photo Contest 2010” di dalamnya mengandung banyak sekali tanda sempurna. Objek yang berkarakter dan berkesan lugas, memudahkan pengamat foto untuk menangkap isi pesan pada tanda-tanda yang tampak.