

ABSTRACT

This study, entitled “Semiotic Analysis of Nagari Bank’s Logo Regional Development Bank in West Sumatera. This research aims to know the meaning of Nagari Bank The Development Bank in West Sumatera

The theory that researcher used in this study is the semiotic analysis. The research method used a qualitative research method. Data was collected by the observation, library research method, and informan intervier

Based on the result, the point of this research that there are denotation meaning, connotation, and myth behind of Nagari Bank’s Logo Shows that as a corporate identity.

The suggestion that researcher gives to Nagari Bank related to Logo is : The should do socialitation and promotion for the logo. Nagari Bank’s Logo could be more encouraging human resource to make corporate identity to be a part of individual that commit with the company. Nagari Bank should take care of the corporate values for any threats and opportunities of business on Bank Industry.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Semiotika Logo Bank Nagari Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemaknaan pada logo Bank Nagari Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat.

Metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan ini adalah metode analisis semiotika dengan teknik pengumpulan data yang terdiri dari : studi kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian lapangan terdiri dari : Observasi dan wawancara mendalam.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya makna konotasi, denotasi dan mitos yang terdapat dibalik logo Bank Nagari yang menunjukkan sebagai identitas perusahaan.

Rekomendasi yang bisa diberikan peneliti sebagai masukan bagi pihak Bank Nagari dalam hal logo yaitu : Sebaiknya Bank Nagari lebih gencar melakukan sosialisasi terhadap logonya, logo Bank Nagari lebih bisa mendorong sumber daya manusia agar menjadikan corporate identity Bank Nagari ini menjadi bagian dari setiap individunya untuk berkomitmen, Bank Nagari agar selalu mempertahankan nilai-nilai perusahaan agar terus sanggup menghadapi tantangan dan peluang bisnis di industri perbankan.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan “Analisis Semiotika Logo Bank Nagari Bank Pangwangunan Wewengkon Sumatera Barat”. Panalungtikan ieu boga tujuan kanggo uninga sa jauh manten pemaknaan dina logo Bank Nagari Bank Pangwangunan Wewengkon Sumatera Kulon.

Padika panalungtikan anu dipake dina palaksanaan ieu teh padika analisis semiotika kalawan teknik pengumpulan data anu diwangun ti : Observasi sarta wawancara mendalam.

Dumasar kening panalungtikan iasa ditumbukeun yen kitu kaayaanana hartos konotasi, denotasi sarta mitos anu aya dibalik logo Bank Nagari anu nununjukeun minangka identitas pausahaan.

Rekomendasi anu iasa dibikeun peneliti haturan pihak Bank Nagari dina perkawis logo yaktos : Sasaena Bank Nagari langkung gencar ngalakukeun sosialisasi ka logonya. logo Bank Nagari langkung iasa nyorong setiap jalmi supados ngajadikeun corporate identity Bank Nagari ieu barobah kaayaan haturan ti saban individunya kanggo berkomitmen. Bank Nagari supados sok ngabela petuah-petuah pausahaan supados teras kersa nyanghareupan tantangan sarta kasempetan bisnis di industri perbankan.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji saya sebagai peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayahnya sehingga praktikan dapat menyelesaikan laporan Skripsi yang berjudul **“ANALISIS SEMIOTIKA LOGO BANK NAGARI BANK PEMBANGUNAN DAERAH SUMATERA BARAT”** ini tepat pada waktu yang telah ditentukan. Maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam menempuh jenjang kelulusan, aplikasi merupakan bentuk kongrit simulasi yang dilakukan oleh seluruh Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Peneliti menyadari baik dari segi isi maupun pembuatannya masih mengalami kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan laporan ini dan selanjutnya di masa yang akan datang.

Ucapan Terimakasih setulus-tulusnya praktikan ucapkan kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik moral, spiritual dan material serta doa kepada penulis hingga saat ini.

Melalui kesempatan ini pula, praktikan ini menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak M. Budiana, S.IP, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung
2. Bapak Dr. Heri Erlangga, selaku Pembantu Dekan I Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung
3. Bapak Dr.Sutrisno,M.Si selaku Pembantu Dekan II Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung

4. Bapak Drs. R.H Sumardhani, M.Si, Selaku Pembantu Dekan III Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung
5. Ibu Dra. Hj. Yulia Segarwati, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung
6. Ibu Yanti Susila T S.Ag, M.Si , Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung
7. Bapak Dr.Asep Saefudin, M.Si selaku pembimbing utama saya dalam melaksanakan penelitian skripsi ini
8. Segenap dosen Jurusan Ilmu Komunikasi dan seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung yang telah memberikan ilmu pengetahuan, kritikan, nasihat dan pengalamannya melalui mata kuliah yang diajarkan pada praktikan, sehingga praktikan mendapatkan transfer ilmu yang bermanfaat untuk meraih cita-cita di masa yang akan datang.
9. Seluruh pegawai Bank Nagari yang telah memberikan saya izin, kesempatan dan pengertian sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu

Ucapan Terimakasih yang tak terhingga ingin praktikan sampaikan kepada:

1. Kedua Orang tua tercinta, Ibu Hj Novaria dan Ayah H Rinaldi Ahmadin SE yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada peneliti
2. Widya Ramlah, terima kasih atas waktu, perhatian, bantuan, dukungan dan doanya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Semoga Allah SWT selalu meridhoi segala niat baik dan cita-cita kita. AMIN.

3. Sahabat-sahabat terbaikku, A.Resti Masyita, Zahra Nabila Azka, Ridho Dwi saputra, Ira Triani Rizki, Eko Prasetyo dan Mygefa. Serta teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2011 terima kasih atas doa, bantuan dukungan, kebersamaan, dan semangatnya.
4. Keluarga besar saya serta semua sahabat saya di Padang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, praktikan mengucapkan terima kasih dan semoga penelitian skripsi ini bermanfaat khususnya bagi praktikan dan umumnya bagi pihak yang memerlukan.

Wassalamualaikum
Wr. Wb.

Bandung, Mei 2015

Praktikan

DAFTAR ISI

Abstract	i
Abstrak	ii
Ringkesan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2.Fokus Penelitian	4
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4.Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1. Kegunaan Teoretis	6
1.4.2. Kegunaan Praktis	6
1.5.Kerangka Pemikiran.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi	12
2.1.1. Pengertian Komunikasi	12
2.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi	14
2.1.3. Proses Komunikasi.....	15
2.1.3. Komunikasi Verbal dan Non Verbal.....	16
2.1.4. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	18
2.2. <i>Public Relations</i>	20
2.2.1. Definisi <i>Public Relations</i>	20
2.2.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	24

2.2.3. Tujuan <i>Public Relations</i>	26
2.3. Citra.....	29
2.3.1. Dimensi Citra	31
2.4. Respresentasi.....	33
2.5. Tinjauan Tentang Logo	34
2.5.1. Definisi Logo	34
2.5.2. Jenis dan Tipe Logo	36
2.5.3. Element-Element Pembentuk Logo	39
2.5.4. Fungsi Logo	40
2.5.5. Unsur-Unsur Pembentuk Logo	41
2.5.6. Logo Sebagai Alat Komunikasi	43
2.5.7. Ideologi Dalam Logo	44
2.5.8. <i>Corporate Identity</i>	46
2.5.8.1. Fungsi <i>Corporate Identity</i>	51
2.5.9. Merek/ Brand	52
2.5.9.1. Jenis-Jenis dan Macam-Macam Merek.....	54
2.5.9.2. Strategi Merek/ <i>Brand Strategies</i>	55
2.5.9.3. <i>Brand Campaign</i>	56
2.5.9.4. Riset <i>Brand Management</i>	58
2.6. Teori Konstruksi Realitas Sosial.....	59
2.7. Semiotika	67
2.7.1. Semiologi dan Mitologi Roland Barthes.....	69

BAB III METODOLOGI, SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian.....	73
3.1.1. Jenis Penelitian.....	76
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data.....	79
3.1.3. Jenis Data Penelitian	80
3.1.4. Analisis Data	81

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	84
3.3. Informan	84
3.4. Objek Penelitian	85
3.4.1. Sejarah Bank Nagari	85
3.4.2. Visi dan Misi Bank Nagari.....	87
3.4.3. Budaya Kerja.....	88
3.4.4. <i>Product and Service</i>	88
3.4.5. Struktur Organisasi.....	90

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Sekilas Tentang Penelitian	91
4.2. Analisis Simbol Logo Bank Nagari	92
4.2.1. Logo Bank Nagari	92
4.3. Simbol Logo Bank Nagari	94
4.3.1. Makna Simbol Logo Bank Nagari	95
4.3.2. Mitos Simbol Logo Bank Nagari	99
4.4. Warna Logo Bank Nagari	102
4.4.1. Makna Warna Logo Bank Nagari	103
4.4.2. Mitos Warna Logo Bank Nagari	107
4.5. <i>Font</i> (Tulisan) Logo Bank Nagari.....	110
4.5.1. Makna <i>Font</i> (Tulisan) Logo Bank Nagari.....	110
4.5.2. Mitos <i>Font</i> (Tulisan) Logo Bank Nagari	112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	121
Lampiran-Lampiran.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Denotasi	71
Tabel 2.2. Konotasi	72
Tabel 4.1. Simbol Logo Bank Nagari	94
Tabel 4.2. Warna Logo Bank Nagari	102
Tabel 4.3. Font Logo Bank Nagari.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peta Tanda Roland Barthes	9
Gambar 1.2. Bagan Kerangka Pemikiran	11
Gambar 2.1. Signifikasi Dua Tahap Barthes.....	69
Gambar 3.1. Logo Bank Nagari	85
Gambar 3.2. Struktur Organisasi Bank Nagari	90
Gambar 4.1 Logo Bank Nagari	92

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pernyataan.....	125
Surat Izin Penelitian Universitas Pasundan	126
Surat Izin Penelitian Bank Nagari.....	127
Pedoman Wawancara Kepada Bank Nagari	128
Pedoman Wawancara Kepada Pengamat dan Pembuat Logo.....	129
Pedoman Wawancara Kepada Nasabah/ Konsumen.....	130