

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Logo merupakan bagian yang penting untuk menunjukkan keberadaan sesuatu. Logo menjadi sebuah pengakuan, kebanggaan, inspirasi, kepercayaan, kehormatan, kesuksesan, loyalitas dan keunggulan yang tersirat ke dalam suatu bentuk atau gambar. Bentuk logo bisa berupa nama, angka, gambar ataupun elemen lain yang ditampilkan secara visual sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan kompetitor atau pesaing. Logo juga bisa memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan perusahaan atau organisasi pemilik logo. Sebagai media tertua dalam penyampaian identitas, logo diyakini memberikan efek pengakuan tertentu kepada setiap orang yang melihat atau memakainya.

Logo secara bahasa adalah suatu huruf atau gambar yang mengandung makna. Logo-logo yang sekarang ini dikenal oleh banyak orang, tidaklah muncul begitu saja. Logo-logo tersebut telah mengalami proses yang panjang dalam penciptaannya. *Design* logo membentuk *image* sebuah *brand* yang akan terus melekat pada *brand* tersebut. *Design* logo yang unik, menarik dan mudah diingat akan menguntungkan perusahaan atau produk yang dibawanya. Pembuatan logo tidaklah semudah yang dibayangkan, perlu dilakukan penelitian yang mendalam seperti nilai-nilai yang dimiliki *brand* tersebut, apa yang membedakannya dari para kompetitor, sampai segmentasi pasar yang hendak dicapai.

Mengingat pentingnya peran pesan dalam komunikasi, keberadaan pesan sebagai inti dari proses komunikasi yang termuat dalam sebuah logo menjadi hal yang menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Hadirnya logo merupakan bagian dari perencanaan *corporate identity*. Selain itu, logo merupakan simbol identitas dan citra perusahaan dimana identitas tersebut disimbolkan melalui logo dan harus dibangun dan direpresentasikan oleh *public relations*.

Penggunaan simbol-simbol pada logo tidak sembarangan karena simbol tersebut memiliki makna tersendiri. Ada pesan yang berusaha disampaikan dari pembuat logo maupun pemilik perusahaan. Simbol-simbol yang ditampilkan pada logo SUNMORE menarik perhatian untuk diteliti, pesan apakah yang ingin disampaikan pembuat logo atau pun pemilik perusahaan.

Logo ialah cerminan dari realitas diri seseorang atau sebuah perusahaan dengan menggunakan simbol maupun tanda tertentu. Sebagai alat cerminan realitas, sebuah simbol dan ikon dapat menggambarkan dan menentukan citra yang akan muncul dimata khalayak melalui penyusunannya. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa logo dikomunikasikan melalui seperangkat simbol dan tanda.

Pada penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti tentang logo SUNMORE dengan tujuan untuk dapat mengungkapkan makna yang SUNMORE ingin sampaikan. Penelitian ini akan difokuskan pada bagaimana pemaknaan logo SUNMORE menggunakan analisis semiotika dengan pendekatan teori Roland Barthes, dimana Barthes menyatakan bahwa semiotika pada dasarnya mempelajari bagaimana manusia mencoba untuk memaknai hal-hal tertentu.

Logo disini dianggap sebuah tanda, dimana tanda mempunyai makna, serta arti filosofi. Bentuk visual gambar dapat diterjemahkan serta di analisis mendalam menggunakan analisis semiotika dengan memperhatikan aspek-aspek denotasi, konotasi, dan mitos. Tiga aspek tersebut yang perlu ditelaah dalam kajian semiotika. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dan untuk memperoleh makna. Sementara, tanda ialah sesuatu yang dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

Banyak hal yang bisa diartikan saat proses pemaknaan terjadi. Latar belakang budaya menjadi salah satu faktor bagaimana seseorang memaknai tanda. Hal ini di ungkapkan oleh Roland Barthes, seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikan model *linguistik* dan semiologi Saussurean, semiotika hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Walaupun teori semiotika Barthes berasal dari Saussure melalui signifikasi bahasa yang terstruktur, akan tetapi Barthes tak membatasi hanya pada sisi bahasa melainkan mencakup banyak aspek budaya. Barthes menganggap kehidupan sosial sebagai suatu signifikasi yang bermacam-macam bentuknya dan itu merupakan suatu sistem tanda sendiri. Sistem tanda dalam menganalisis makna meliputi misalnya teks pada literatur, fotografi atau gambar, musik bahkan film.

Akhirnya peneliti memutuskan untuk menggunakan pemahaman Barthes dan menjadikan logo SUNMORE sebagai objek penelitian. Hal ini dilihat dari adanya tanda dan makna yang terkandung dalam logo tersebut. Dengan demikian peneliti mengangkat judul : “ANALISIS SEMIOTIKA LOGO SUNMORE”.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan, adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana analisis semiotika logo SUNMORE dengan menggunakan pendekatan Roland Barthes?”.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian diatas, maka penulis dapat membuat pertanyaan penelitian mengenai makna logo SUNMORE dengan pendekatan semiotika Roland Barthes, sebagai berikut :

1. Bagaimana makna denotatif pada logo SUNMORE.
2. Bagaimana makna konotatif pada logo SUNMORE.
3. Bagaimana mitos yang berada pada logo SUNMORE.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Selanjutnya yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui makna denotatif pada logo SUNMORE.
2. Untuk mengetahui makna konotatif pada logo SUNMORE.
3. Untuk mengetahui mitos yang berada pada logo SUNMORE.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1.3.2.1 Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan berguna sebagai sumbangan pemikiran terhadap perkembangan dan pendalaman dibidang ilmu komunikasi. Khususnya pemaknaan terhadap logo perusahaan menggunakan pendekatan semiotika. Dengan begitu dapat dijadikan acuan atau literatur bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya. Dalam konteks hakikat ilmu komunikasi, penelitian ini juga diharapkan dapat memperlihatkan pentingnya peran dari logo perusahaan dalam sebuah proses komunikasi.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis dapat membuat pembaca dan khalayak luas lebih paham terhadap tanda dan makna pada logo perusahaan khususnya pada perusahaan SUNMORE. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberi masukan pada perusahaan dan pembuat logo untuk dapat memaksimalkan peran logo sebagai penyampai pesan. Karena logo pada perusahaan berkaitan dengan identitas perusahaan dan perannya mempunyai kekuatan untuk dapat mempengaruhi pikiran maupun perilaku yang melihatnya.