

**ANALISIS SEMIOTIKA LOGO DUTA WISATA
ACEH SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

**IHSANUL KHAIRI
NIM. 150401109**

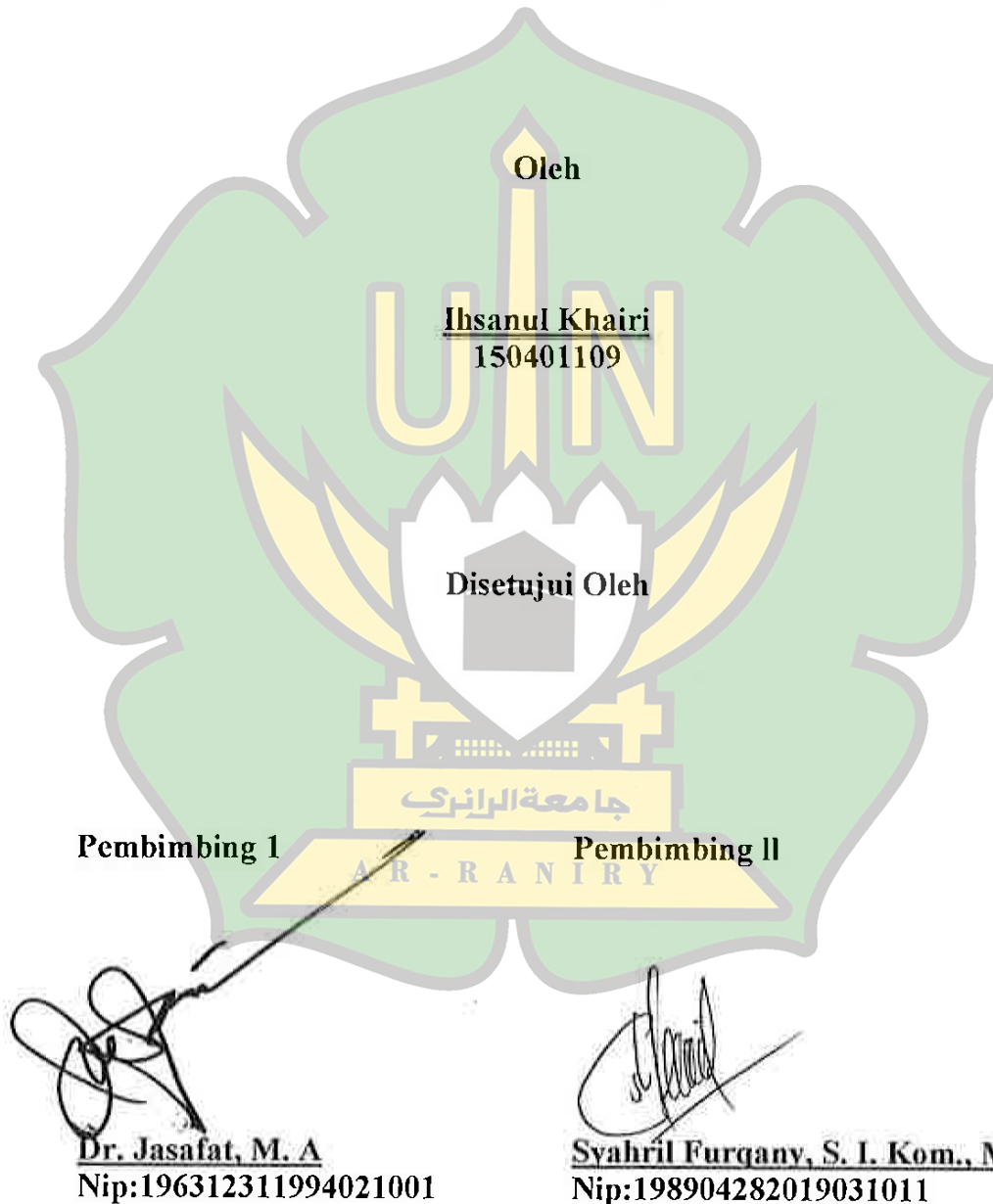
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1444 H/2022 M**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN- Ar-Raniry
Darussalam BandaAceh Sebagai Salah Satu
Beban Studi Program Sarjana
Dalam Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi dan Penyiaran islam**



SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**IHSANUL KHAIRI
NIM. 150401109**


Pada Hari/Tanggal

**Kamis, 21 Juli 2022 M
22 Zulhijjah 1443 H**

**di
Darussalam-Banda Aceh**

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua


**Dr. Jasafat, M.A.
NIP. 196312311994021001**

Sekretaris,


**Syahri Furqany, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198904282019031011**

Anggota I,


**Azman, S. Sos. I., M. I. Kom.
NIP. 198307132015031004**

Anggota II,


**Fitri Meliva Sari, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199006112020122015**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry




**Dr. Fakhri, S.Sos, MA.
NIP. 196411291998031001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

Nama : Ihsanul Khairi

NIM : 150401109

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 20 Juli 2022

Yang Menyatakan,



METERAI
TEMPEL
10000
RF331AJX913202035

Ihsanul Khairi

NIM. 150401109

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Semiotika Logo Duta Wisata Aceh Selatan”**. Tidak lupa pula, selawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkap tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa penulis persembahkan skripsi ini kepada ayahanda tercinta Sahrul Akbar dan ibunda tercinta Sarbani yang selalu memberikan kasih sayang, Doa, nasehat, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan. serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan. Kakak tersayang Ema Fitriani dan Fuad beserta adik-adik Baiyyinah. yang terus memberikan semangat dan motivasi dalam

penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak yang tak terhingga untuk semua doa dan dukungannya.

2. Bapak Prof. Dr. H. Warul Walidin AK., MA. Rector Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu di UIN Ar-Raniry
3. Dr. Fakhri, S. Sos., M. A, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.
4. Azman, S. Sos. I., M. I. Kom, Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry. Serta Selaku Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam bidang akademis selama masa perkuliahan
5. Kepada Dr. Jasafat, M. A, sebagai pembimbing I dan Bapak Syahril Furqany, S. I. Kom., M. I. Kom, sebagai pembimbing II yang telah meluahkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan penelitian sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
7. Terima kasih juga buat sahabat dan teman-teman yang telah membantu penulisan skripsi ini, terkhusus kepada teman-teman seperjuangan leting 15 yang tidak bisa sebutkan satu persatu.

8. Ucapan terimakasih tak terhingga kepada bang Junidin, S.Pd, bang Zatul Fikar, S. Sos. Irsyad, Safran, Padel, Fadli, Mudaris, Amat, Kalian adalah sahabat, abang dan adik terbaik yang terus memberikan dukungan moril dan materil demi kelancaran skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan rahman dan rahimnya untuk kalian semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 20 Juli 2022

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Ihsanul Khairi

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Konsep.....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Kerangka Teoritis	12
1. Hakikat Semiotika Logo.....	12
2. Pelopor Semiotika	20
C. Analisis Semiotika Roland Barthes	23
D. Pendekatan Semiotika Model Roland Barthes Pada Logo.....	29
E. Semiotika Visual	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Subjek dan Objek Penelitian	36
C. Sumber Data.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Teknik Analisa Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Duta Wisata Aceh Selatan	40
B. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos Logo Duta Wisata Aceh Selatan..	42
C. Analisis dan Pembahasan	53

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 57
B. Saran 58

DAFTAR PUSTAKA 59
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Peta Tanda Roland Barthes	25
Tabel 4.1 Makna Konotasi, Denotasi dan Mitos Warna Hitam Logo Duta Wisata Aceh Selatan	43
Tabel 4.2 Makna Konotasi, Denotasi dan Mitos Warna Putih Logo Duta Wisata Aceh Selatan	45
Tabel 4.3 Makna Konotasi, Denotasi dan Mitos <i>Meukeutop</i> Logo Duta Wisata Aceh Selatan	48
Tabel 4.4 Makna Konotasi, Denotasi dan Mitos pada Sanggul Logo Duta Wisata Aceh Selatan	49
Tabel 4.5 Makna Konotasi, Denotasi dan Mitos Tusuk Konde Logo Duta Wisata Aceh Selatan	50
Tabel 4.6 Makna Konotasi, Denotasi dan Mitos Alis Logo Duta Wisata Aceh Selatan	51
Tabel 4.7 Makna Konotasi, Denotasi dan Mitos Tulisan Logo Duta Wisata Aceh Selatan	52



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Logo Wisata Aceh Selatan	43
Gambar 4.2 Kupiah Meukeutop.....	46
Gambar 4.2 Tusuk Konde	50
Gambar 4.3 Tulisan Pada Logo.....	51



ABSTRAK

Nama : Ihsanul Khairi
Nim : 150401109
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Analisis Semiotika Logo Duta Wisata Aceh Selatan
Tebal Halaman : 61 Halaman
Pembimbing I : Dr. Jasafat, M. A
Pembimbing II : Syahril Furqany, S. I. Kom., M. I. Kom

Semiotika merupakan metode untuk analisis tanda guna menemukan makna dalam fenomena sosial dan budaya. Alasan kenapa peneliti tertarik dengan semiotika pada logo duta wisata Aceh Selatan karena untuk memperjelas simbol-simbol pariwisata agar menjadi salah satu informasi kepariwisataan. Hal ini dikakarenakan logo pariwisata merupakan salah satu cara untuk memasarkan produk sebagai daya tarik wisatawan dan menjadi sumber pendapatan daerah serta tempat berlibur bagi wisatawan baik lokal maupun manca negara. Semiotika dapat dijadikan sebagai daya tarik berdasarkan tanda, dan makna yang terkandung di dalamnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna Denotasi, Konotasi dan Mitos Logo Duta Wisata Aceh Selatan dari perspektif semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Objek penelitian dalam penelitian ini Logo Duta Wisata Aceh Selatan. Teknik pengumpulan data dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa logo duta wisata Aceh Selatan terdiri dari dua warna yakni hitam dan putih. Di dalamnya memuat lambang Kupiah *Meukeutop*, Sanggul, tusuk konde alis dan tulisan yang berbunyi “Inong Agam Duta Wisata Aceh Selatan”. Warna hitam tersirat pesan berupa sifat keteguhan dan kekuatan dalam mempertahankan ciri-ciri ke Aceh bagi orang Aceh Selatan. Sedangkan warna putih menyimpan makna berupa kesucian dan rasa aman. Kupiah *Meukeutop* memiliki makna wisata di Kabupaten Aceh Selatan menjaga nilai-nilai budaya serta nilai agama bagi wisatawan. Sedangkan sanggul dan tusuk konde, penghargaan bagi kalangan perempuan. Sedangkan alis menunjukkan sikap dalam layanan wisatawan. Dan tulisan pada logo sebagai penjas. Simbol merupakan gambar yang dijadikan daya tarik agar orang lain berminat untuk mengetahuinya secara mendalam, jika simbol pariwisata sebagai pendapatan asli daerah tidak menarik, maka wisatawan tidak tertarik untuk mengunjungi daerah tersebut.

Kata Kunci: Analisis, Semiotika, Logo Duta Wisata Aceh Selatan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semiotika merupakan studi yang mengkaji tanda-tanda yang terdapat pada suatu objek untuk diketahui makna yang terkandung dalam objek tersebut. Semiotika digunakan untuk mengungkapkan secara ilmiah keseluruhan tanda dalam kehidupan manusia baik tanda verbal maupun nonverbal baik tanda yang dapat dilihat maupun tidak. Dalam penelitiannya Ferdinand De Saussure mengatakan semiotika berdasarkan pada perbuatan dan tingkah laku manusia dapat berfungsi sebagai tanda selama membawa makna, di mana ada tanda di sana ada sistem yang berbeda dengan tanda lain dan menjadi peraturan tidak tertulis yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti.¹ Dalam kehidupan sehari-hari manusia sering memiliki pemahaman tersendiri terhadap makna suatu tanda dengan berbagai alasan yang melatar belakangnya, menurut Alex Sobur semiotika sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda.² Semiotika dapat digunakan untuk mengatasi terjadinya salah baca atau salah dalam mengartikan makna tanda. Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa semiotika merupakan metode analisis yang mengkaji secara sistematis tanda dan maknanya.

¹ Saussure, Ferdinand de. (1998). *Pengantar Linguistik Umum*. Terj. Rahayu S. Hidayat. Yogyakarta: Gadjahmada University Press.

² Sinung Utami Hasri Habsari. *Membaca Simbol-simbol Komunikasi dan Budaya Pada Bangunan Cagar Budaya Dengan Analisis Semiotika Roland Barthes*. Jurnal PPKM III volume 7 juli 2015, hal 160

Adapun Semiotika berfungsi untuk mengungkap makna tanda. Semiotika mencoba menghindari tanda yang ambigu atau menimbulkan makna ganda yang terjadi masyarakat karena semiotika menganggap fenomena sosial dan budaya merupakan Tanda-tanda. Dalam penelitiannya Alex Sobur mengungkapkan semiotika menaruh perhatian pada apa pun yang dapat dinyatakan sebagai tanda.³ Jika Salah dalam memaknai suatu tanda pada suatu objek dapat menimbulkan kesalahpahaman dan mengganggu keberlangsungan hidup. Jadi dapat dipahami bahwa fungsi semiotika untuk melihat bagaimana manusia memaknai secara menyeluruh hal-hal di sekitarnya.

Semiotika bertujuan menemukan serta memberikan makna pada suatu tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda. Semiotika akan menemukan dan menafsirkan makna tanda supaya dapat dipahami dengan mudah. Rachmat Kriyantono mengatakan semiotika menjadikan budaya sebagai landasan pemikiran dan pembentukan makna dalam suatu tanda.⁴ Konsep pemaknaan suatu tanda tidak terlepas dengan kepercayaan dan budaya dimana tanda tersebut diciptakan dan digunakan. Uraian diatas menjelaskan bahwa tujuan semiotika yaitu supaya tanda yang berada disekitar kita bisa dipahami secara benar dan membutuhkan konsep yang sama supaya tidak terjadi kesalahpahaman.

Alasan kenapa peneliti tertarik dengan topik semiotika logo duta wisata Aceh Selatan karena, untuk memperjelas simbol-simbol pariwisata agar menjadi salah satu

³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 18.

⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 261.

informasi kepariwisataan. Isu yang akan diangkat peneliti, bagaimana simbol duta wisata Aceh Selatan menjadi menarik sehingga orang memahami apa yang terkandung dalam logo tersebut, dengan demikian disaat orang paham maka orang bisa menterjemahkannya dan jika sudah begitu maka orang ingin membuktikannya apa yang terkandung pada objek wisata Tapaktuan itu sendiri.

Aceh Selatan terkenal akan pesona alamnya, terbukti dengan beberapa kali masuk nominasi ajang bergengsi tahunan pariwisata indonesia yaitu Anugerah Pesona Indonesia (API). Pariwisata Aceh Selatan memiliki potensi yang sangat besar bukan hanya keindahan alamnya.

Analisis Semiotika erat kaitannya dengan komunikasi sosial. Hal ini dikarenakan Semiotika menjadi salah satu kajian dalam teori komunikasi, yang merupakan sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri.⁵ Salah satu fungsi komunikasi adalah sebagai komunikasi sosial yang setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi membantu masing-masing individu dalam membentuk konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan dan memupuk hubungan dengan orang lain.⁶ Jadi dalam penelitian ini termasuk pada bidang kajian komunikasi sosial.

⁵ Littlejohn, *Teori Komunikasi, edisi 9*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hal. 53.

⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosda Kary, 2004), hal. 33.

Penelitian ini akan fokus pada semiotika pada logo duta wisata aceh selatan untuk melihat bagaimana unsur-unsur semiotik pada logo duta wisata bisa merepresentasikan pariwisata Aceh Selatan.

Ruang lingkup penelitian ini komunikasi visual yaitu serangkaian proses penyampaian informasi menggunakan panca indra, yang menggabungkan seni, lambang, gambar, desain grafis, ilustrasi dan warna untuk menyampaikan pesan. Komunikasi Visual sangat penting digunakan dalam membranding suatu iklan supaya dikenal dan mempersuasi masyarakat luas.

UIN Ar-raniry merupakan bagian dari usaha untuk mencerdaskan masyarakat Indonesia, terdapat Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang bertujuan untuk mengaplikasikan misi perguruan tinggi untuk menjawab permasalahan yang ada di masyarakat. Dari paparan di atas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai **“Analisis Semiotika Logo Duta Wisata Aceh Selatan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya maka dapat ditarik beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apa makna Denotasi pada Logo Duta Wisata Aceh Selatan dari perspektif semiotika Roland Barthes?
2. Apa makna Konotasi pada logo Duta Wisata Aceh Selatan dari perspektif semiotika Roland Barthes?

3. Apa Mitos pada logo Duta Wisata Aceh Selatan dari perspektif semiotika Roland Barthes?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui makna Denotasi Logo Duta Wisata Aceh Selatan dari perspektif semiotika Roland Barthes
2. Untuk mengetahui makna Konotasi Logo Duta Wisata Aceh Selatan dari perspektif semiotika Roland Barthes
3. Untuk mengetahui Mitos pada Logo Duta Wisata Aceh Selatan dari perspektif semiotika Roland Barthes

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, untuk mengembangkan ilmu komunikasi khususnya Analisis Semiotik Logo Duta Wisata Aceh Selatan

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi lembaga pariwisata setempat untuk mengetahui unsur-unsur semiotik yang dapat diterapkan dalam iklan pariwisata.

3. Manfaat Akademis

Adapun manfaat secara akademis diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

E. Definisi Konsep

Untuk memperjelas pengertian yang terkandung dalam penelitian “**Analisis Semiotika Logo Duta Wisata Aceh Selatan**”, maka peneliti menjelaskan beberapa pengertian dari penelitian tersebut agar tidak terjadi salah penafsiran. Adapun yang menjadi beberapa pengertian yang di atas sebagai berikut:

1. Analisis

Analisis adalah proses pemecahan masalah (melalui akal) ke dalam bagian-bagiannya berdasarkan metode yang konsisten untuk mencapai pengertian tentang prinsip-prinsip dasarnya.⁷ Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.⁸

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu pokok menjadi bagian-bagian

⁷ Salim, Peter dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press, 2002), hal. 103-105

⁸Komaruddin, *Ensiklopedia Manajemen, Edisi ke-5*, (Jakarta : Bmi Aksara, 2001), hal. 53

atau komponen sehingga dapat diketahui ciri atau tanda tiap bagian, kemudian hubungan satu sama lain serta fungsi masing-masing bagian dari keseluruhan.

2. Semiotika

Semiotika berasal dari kata Yunani “semeon” yang berarti tanda. Semiotika adalah ilmu tanda yaitu metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.⁹

3. Logo

Asal kata logo dari bahasa Yunani Logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya lebih dulu populer adalah istilah logotype, bukan logo. Logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja: tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain.¹⁰

4. Duta Wisata

Duta Wisata adalah orang yang dapat diandalkan dalam mempromosikan bidang pariwisata kepada calon-calon wisatawan dalam rangka meningkatkan citra daerah.

⁹ Hani Latifah, Analisis Semiotik dalam Cerpen “Tak Ada Yang Gila di Kota Ini”, *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 25, No. 2, 2020, hal. 79.

¹⁰ Safanayong, *Desain Komunikasi Visual Terpadu*, (Jakarta: Arte Intermedia, 2006), hal. 34.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Penelitian Terdahulu

Untuk memperoleh peneliti dalam memahami permasalahan yang ada dalam penelitian ini maka perlu melihat beberapa kajian terdahuluyang memiliki relevanmsi dengan kajian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Malik, Raray Istianah dan Bachrul Restu Bagja jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual, dengan judul “*Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Tentang Makna Logo Pariwisata Kabupaten Sukabumi*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ialah logo pariwisata Kabupaten Sukabumi GURILAPSS memiliki tiga simbol yaitu logogram penyu yang maknanya penyu sebagai hewan yang dilestarikan di Kabupaten Sukabumi. Kedua Logotype GURILAPSS, merupakan singkatan dari beberapa kata yaitu Gunung, Rimba, Laut, Pantai, Sungai dan Seni Budaya. Ketiga Logotype Tagline, tagline Pariwisata Sukabumi yaitu ‘Pesona Sukabumi’ dan artinya sebagai budaya wisata Sukabumi.¹¹ Dari penelitian diatas dapat dilihat perbedaan dengan penelitian ini, mulai dari model analisis yang digunakan, objek dan lokasi penelitian.

¹¹ Abdul Malik, Raray Istianah dan Bachrul Restu Bagja, *Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Tentang Makna Logo Pariwisata Kabupaten Sukabumi*, (Sukabumi: Universitas Nusa Putra, 2021)

Penelitian yang ditulis oleh Rully Khairul Anwar, Irene Alifa Hapsari dan Dian Sinaga berjudul “*Analisis semiotik Charles Sanders Pierce mengenai logo baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo Perpustakaan Nasional Indonesia memiliki simbol bintang sebagai cahaya alam, dan buku yang terbuka sebagai kekayaan perpustakaan. Kedua simbol ini memiliki makna bahwa perpustakaan merupakan pembelajaran seumur hidup, buku menjadi jendela dunia, cahaya dalam mendidik bangsa, kedalaman pengetahuan, lembaga yang progresif dan maju, sebuah pembukaan pikiran dan pengetahuan. Simbol yang menunjukkan makna identitas Perpustakaan Nasional Indonesia adalah unsur grafis buku, bintang, warna hijau, biru, dan hitam. Simbol yang tidak menggambarkan identitas adalah unsur gradasi. Simpulan penelitian ini, makna masing-masing tanda dibangun menjadi makna tunggal bahwa Perpustakaan Nasional Indonesia sebagai lembaga yang selalu mengedepankan pelayanan publik dengan elemen grafis buku terbuka dan logo transformasi Perpustakaan Nasional Indonesia.¹² Penelitian diatas berbeda dengan penelitian ini dari fokus penelitian dan model analisis semiotika yang digunakan juga berbeda.

Penelitian Warmadewi berjudul “*Analisis Semiotik Iklan Pariwisata Negara Australia*”. Berdasarkan identifikasi akhir dan analisa data, maka dapat diketahui bahwa semua iklan tersebut memiliki makna denotasi yang sama, namun mempunyai makna konotasi yang berbeda. Makna konotasi untuk setiap iklan berbeda dengan

¹² Rully Khairul Anwar, Irene Alifa Hapsari dan Dian Sinaga, *Analisis semiotik Charles Sanders Pierce Mengenai Logo Baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia*, Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 6, No. 2 (2018), hal. 123

iklan lainnya. Sebagai contoh, iklan pertama memiliki arti ketenangan dan kebebasan tanpa batas di Pulau Kanguru. Sedangkan iklan kedua memiliki konotasi yang berarti merasakan kesabaran dari penduduk lokal Australia.¹³ Penelitian diatas jelas berbeda mulai dari lokasi hingga redaksi judul.

Maulisa Agustina (2018) dalam skripsinya yang berjudul “*Makna Simbol Tugu Kilometer Nol Kota Sabang (Analisis Semiotika Roland Barthes)*” penelitian ini menjelaskan tentang makna Konotasi, makna Denotasi dan Mitos yang terkandung pada Tugu Kilometer Nol Kota Sabang. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan menggunakan Analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada Tugu Kilometer Nol terdapat empat simbol 1) Rencong, bermakna Denotasi empat rencong yang ada di Tugu Kilometer Nol bahwa rakyat Aceh akan melindungi kedaulatan Indonesia, makna Konotasi rakyat aceh rela mengorbankan harta dan nyawa demi Indonesia, rencong merupakan bentuk kaligrafi dari bismillah, makna Mitos yaitu pembuatan. 2) Bugoeng Jeumpa, makna Denotasi keindahan bagi orang Aceh, makna Konotasi tidak boleh bersifat sombong karena kecantikan hanya titipan Allah Swt, makna Mitos Bungoeng Jeumpa dapat memanggil arwah karna keharumannya. 3) Segi Delapan, makna Denotasi ketauhidan umat islam, makna Konotasi nilai-nilai persatuan dan kesatuan rakyat Aceh dalam menjaga kedaulatan Indonesia melalui empat penjuru mata angin, makna Mitos, tidak ada referensi atau peraturan khusus seseorang memiliki ilmu tauhid. 4) Empat Pilar

¹³ Warmadewi, *Analisis Semiotik Iklan Pariwisata Negara Australia*, Jurnal Bahasa dan Budaya Vol 3 No 1 (2019), hal. 1.

Penyokong, Makna Denotasi batas geografis kedaulatan Indonesia dari Sabang sampai Merauke dan Miangas sampai Pulau Rote, makna Konotasi rakyat Indonesia memiliki kewajiban menjaga kedaulatan negaranya, Mitos, menjaga kedaulatan Indonesia bukan hanya harus berperang, bisa melalui pendidikan dan lain-lain.¹⁴

Penelitian Cristina yang berjudul “*Sebuah Analisis Semiotik Logo Koko Cici Indonesia (penguatan identitas pada koko cici).*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna serta representasi dan identitas yang ingin ditunjukkan dalam logo koko cici Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika Charles Pierce. Penelitian ini menunjukkan pada bentuk logo Koko Cici Indonesia, dari segi warna dan tipografi mewakili suatu yang berharga serta menggambarkan visi misi Koko Cici Indonesia. Simbol payung dan lingkaran naga, burung phoenix atau bangau serta 8 titik merupakan wujud dari identitasnya sebagai sebuah organisasi besar yang melindungi kesatuan dan persatuan Koko Cici daerah untuk menjaga keseimbangan, harmonisasi tradisi. Dari tanda-tanda yang diperlihatkan dalam logo tersebut dapat dikatakan bahwa Koko Cici Indonesia sedang menjalankan visi misinya lewat event-event yang dibuat, untuk melestarikan kebudayaan Indonesia dan diikuti serta promosi yang dilakukan oleh masing-masing finalis untuk mempromosikan wisata Indonesia. Representasi dan penguatan identitas yang ingin ditunjukkan dari logo Koko Cici Indonesia adalah bahwa Koko Cici Indonesia sebagai duta budaya Tionghoa, duta pariwisata, dan duta sosial harus

¹⁴ Maulisa Agustina, *Makna Simbol Tugu Kilometer Nol Kota Sabang (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. (Skripsi Program S1 Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2018)

memenuhi standar kompetensi lewat karantina meliputi pelatihan dan pembekalan sehingga nantinya dapat merepresentasikan Koko Cici Indonesia dengan standar yang telah ditentukan.¹⁵

B. Kerangka Teoritis

1. Hakikat Semiotika Logo

Secara etimologis, Alex Sobur mengatakan bahwa istilah semiotika merupakan sebuah istilah Yunani yakni “semion” dapat diartikan “tanda”. Tanda tersebut dapat didefinisikan sesuatu atas dasar konvensi sosial yang dapat tergabung dari yang sebelumnya, dapat ditafsirkan mengandung makna sesuatu yang berbeda.¹⁶ Sementara menurut Ardiansyah semiotika merupakan sebuah kajian tentang semiologi bisa berbentuk ciri serta arti dalam bahasa yang ada pada seni, media massa, musik serta seluruh perihal yang dibuat atau ditunjukkan kepada orang lain.¹⁷

Barthes menyebutkan bahwa semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda.¹⁸ Semiotika termasuk bagian komunikasi visual yang merupakan sebuah upaya memberikan sebuah interpretasi terhadap

¹⁵ Christina, *Sebuah Analisis Semiotik Logo Koko Cici Indonesia (penguatan identitas pada koko cici)* Jurnal Komunikasi Vol 10, No 2 (2016), hal. 264.

¹⁶ Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 31.

¹⁷ Barthes, *Elemen-Elemen Semiotika. Terjemahan Ardiansyah*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2012), hal. 22.

¹⁸ Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 9.

keilmuan semiotika itu sendiri, yaitu semiotika sebagai sebuah metode pembacaan karya komunikasi visual.¹⁹

Semiotika visual (*visual semiotics*) pada dasarnya merupakan salah sebuah bidang studi semiotika yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra lihatan (*visual senses*).²⁰ Metode semiotika dicirikan oleh adanya dua prosedur penelitian utama yaitu, penelitian sejarah dan interpretasi. Dalam penelitian sejarah, pertama-tama sistem makna harus ditinjau secara historis. Alasannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang benar tentang makna sesuatu, maka perlu diketahui bagaimana hal itu muncul.²¹

Berdasarkan pendapat ahli di atas secara singkat pengertian semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang adanya tanda atau kode yang mengandung makna serta dapat diartikan berbeda oleh orang lain.

Menurut Bungin pada kajian semiotika biasanya terdapat tiga permasalahan yang hendak diulas dalam analisis semiotik yaitu:²²

1. Permasalahan arti (*the problem of meaning*)
2. Permasalahan aksi (*the problem of action*) ataupun pengetahuan tentang gimana mendapatkan suatu lewat pembicaraan.

¹⁹ Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), hal. 9.

²⁰ Budiman, *Semiotika Visual Konsep Isu dan Problem Ikonisitas*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hal. 9.

²¹ Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*. (Yogyakarta: Jalansutra, 2010), hal. 9.

²² Bungin, B. *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 16.

3. Permasalahan koherensi (*problem of coherence*) yang menggambarkan bagaimana membentuk suatu pola pembicaraan masuk ide (*logic*) serta bisa dipahami (*sensible*).

Menurut Nawiroh semiotika dibedakan atas tiga jenis yaitu sebagai berikut:²³

- (1) Semiotika murni (*Pure*) *Pure semiotic* mengulas tentang filosofis semiotika, ialah berkaitan dengan metabahasa, dalam makna hakikat bahasa secara umum. Misalnya, ulasan tentang hakikat bahasa sebagaimana dibesarkan oleh Saussure serta pierce.
- (2) Semiotika deskriptif (*Descriptive*) *Descriptive semiotic* merupakan lingkup semiotika yang mengulas tentang semiotika tertentu, misalnya sistem ciri tertentu ataupun bahasa tertentu, secara deskriptif.
- (3) Semiotika Terapan (*Applied*) *Applied semiotic* merupakan lingkup semiotika yang mengulas tentang pelaksanaan semiotika pada bidang maupun konteks tertentu, misalnya dengan kaitannya sistem ciri sosial, sastra, komunikasi, periklanan, serta lain sebagainya.

Asal mula dari kata logo yaitu dari bahasa Yunani logos, yang berartikan kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Sebelumnya yang lebih dulu atau pertama ialah logotype, bukan logo. Pada pertama kalinya istilah yang didesain menggunakan teknik istimewa serta memakai teknik letting dan menggunakan jenis huruf atau angka yang tertentu. Maka demikian itu

²³ Nawiroh, Semiotika dalam Riset Komunikasi. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2015), hal. 13.

awalnya bentuk logotype ialah elemen tulisan saja. Pada umumnya perkembangan seorang menciptakan semakin unik atau berbeda satu dengan lain. Dan mereka juga mengelolah huruf tersebut, dengan dibuatnya elemen-elemen seperti gambar, ataupun tulisan dan gambar bercampur menjadi satu atau semua itu masih banyak lagi yang menyebutkan dengan sebutan logotype, Pada logo ini sebagai simbol yang digunakan untuk menyampaikan hal-hal penting nama citra perusahaan desain gambar logo ini menjadikan sesuatu hal yang sangat utama kadang kalanya untuk menjadikan sesuatu gambar logo yang tercantum di dalamnya nama maksud yang sesuai oleh budaya atau misi perusahaan ini yang diperlukan dalam konsultan dan desainer khusus yang sebenar-benarnya dan mengetahui dari teknik atau makna dalam menjadikan sesuatu logo harap mengeluarkan "goal" yang berbentuk yaitu citra yang positif diawali dengan mempunyai memiliki daya cipta. Pada visualisasi, logo ini merupakan suatu bentuk gambar hal berupa yaitu mempunyai unsur bentuk maupun warna. Sebab itu ciri khas dari apa yang dimiliki oleh logo satu dengan yang lainnya, sebab dari itu sepantasnya logo ini mempunyai bentuk atau rupa yang berbeda. Pada pengguna logo tersebut yang populer sekarang ialah pertamanya hanyalah sekedar berbentuk lambang, simbol, dan mascot dan memiliki identitas terdapat kelompok, suku, bangsa, atau Negara.

Dari suku-suku banga tersebut di sebelumnya sering memakai mascot binatang serupa beruang, burung, rajawali, dan kuda dengan menjadi simbolik

mereka. Mascot yang diatas diambil sebagai dari apa saja yang disukai dan disekeliling mereka. Logo menjadikan elemen-elemen yang lebih terpenting untuk menciptakan perusahaan dan badan-badan hukum lainnya. Didalamnya logo ini ditemukan maksud atau dituju dari logo tersebut. Baik berupa warnanya, gambarnya, tulisanya serta prosesnya. Philip Kotler (1991:941) mengatakan bahwa “logo adalah bagian merek yang bisa dikenal dan tak terucapkan misalnya, synol rancangan atau warna dan huruf yang berbeda dengan yang lain”²⁴

Logo ini merupakan visi menyampaikan citra positif melewati menciptakan tampilan kesederhanaan dalam bentuk simbol. Logo menjadikan representasi visi atau misi yang digambarkan dalam perangkat teknis dimana serupa gambar, warna atau bentuk, malahan melalui bentuk bahasa serupa logo aplikasi media sosial. Dan setiap logo terdapat makna dan tanda baik itu bentuk meskipun warna. Makna pendapat menurut Shimp pada logo bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan kompetitor/ pesaing. Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar itu bias berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Oleh karena itu sifat dari apa yang dimiliki oleh logo berbeda satu sama lain, maka sebaiknya logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula. Penggunaan pada logo yang dikenal saat ini awalnya

²⁴ Kurniawan, *Semiologi Roland Barthes*. (Magelang: Yayasan Indonesia Tera, 2001), hal.

hanyalah sekedar berupa lambing, symbol, atau mascot yang merupakan identitas suatu kelompok, suku, bangsa, atau Negara.²⁵

Suku-suku bangsa dan kuda sebagai simbolik mereka, Maskot-maskot tadi diambil dari apa saja yang dikagumi di sekeliling mereka. Ciri-ciri logo yang efektif:

1. Memiliki sifat unik. Tidak mirip dengan logo lain sehingga orang tidak bingung karena logo mirip desain lain yang sudah ada.
2. Memiliki sifat yang fungsional sehingga dapat dipasang atau digunakan dalam berbagai keperluan.
3. Bentuk logo mengikuti kaidah-kaidah dasar desain (misalnya bidang, warna, bentuk, konsistensi, dan kejelasan).
4. Mampu mempresentasikan suatu perusahaan/ lembaga atau suatu produk.

Pada umumnya permulaan logo ini diajukan hanya sekedar alat pembedaan sebuah produk lainnya terpenting bagi yang serupa dan yang berpindah bagian suatu bidang yang bersamaan. Sesudah itu penerapannya menyebar menjadi acuan untuk memperlihatkan kualitas, kemurnian atau keyakinan dan sesuatu perusahaan.

Unsur pembentukan logo terdapat menjadi empat kelompok. Namun demikian ini kelompok-kelompok tersebut ini bisa menggabungkan sehingga mengandung unsur campuran, ialah:

²⁵ Shimp, *Periklanan Promosi*, (Jakarta : Erlangga, 2013), hal. 3.

1. Terdapat logo dalam bentuk alphabetical Logo tersebut yang terdapat dari bentuk huruf-huruf dan dimaksud untuk mewujudkan bentuk huruf dan gabungan dari bentuk huruf.
2. Terdapat logo dalam bentuk benda konkret Bentuk benda konkret ini, contohnya (seorang tokoh, mimic wajah, bentuk objek tubuhnya yang menarik), bentuk hewan, tumbuhan, alat kelengkapan, ataupun benda dan lain-lain.
3. Terdapat logo dalam bentuk abstrak, polygon, spiral Dalam logo abstrak tersebut mempunyai elemen-elemen yang menjadikan bentuk abstrak, bentuk geometri, spiral, busur, segitiga, bujur sangkar, polygon, titik-titik, garis, panah, beberapa macam bentuk-bentuk lengkung, atau bentuk ekspresi.
4. Terdapat logo dalam bentuk simbol, nomor dan elemen lainnya Berbagai macam bentuk atau gambar yang telah banyak dikenal untuk mewujudkan suatu serupa hati, tanda silang, tanda plus, tanda petir, tanda notasi musik atau sebagainya. N I R Y
5. Logotype Pada logotype ini ialah tanda gambar (picture mark). Sebab logotype ialah gambaran dari (word mark). Akibatnya, logotype menyerupai tulisan khas yang menentukan kepada nama dan merk. Sebuah logo harus memiliki ciri khas seperti warna dari bentuk logo.

Ada pun elemen-elemen pembentukan logo antara lain:

1. Bentuk

Bentuk menjadikan wujud rupa sesuatu, biasa berupa segi empat, segi tiga, bundar, elips, dan lainnya. Bentuk menjadikan elemen yang tidak kalah penting dibanding elemen-elemen lainnya, mengingat bentuk-bentuk geometris biasa menjadikan simbol yang membawa nilai emosional tertentu.

2. Garis

Garis memiliki dimensi memanjang serta memiliki arah. Garis memiliki sifat-sifat, seperti pendek, panjang, vertical, horizontal, lurus, lengkung, berombak, putus-putus, bertekstur, dan sebagainya. Menurut Adi Kusrianto goresan suatu garis memiliki arti kesan berikut:²⁶

- a. Garis Tegak: Kuat, kokoh, tegas, dan hidup
- b. Garis Datar: Lemah, tidur, dan mati garis lengkung: Lemah, lembut, mengarah.
- c. Garis Miring: sedang menyudut garis berombak halus, lunak, berirama.

3. Warna

Warna menjadikan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga menjadikan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira atau semangat dan lain-ain.

²⁶ Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta Penerbit And, 2009), hal. 76

Elemen-elemen bagian dari komunikasi pada suatu logo, antara lain yaitu bentuk, warna dan tipografi.

1. Bentuk yang digunakan di dalam komunikasi visual, serta mempresentasikan suatu karakter dan sifat dari suatu objek dan perusahaan untuk menjadikan arah, tujuan, atau harapan.
2. Warna ini mampu mempresentasikan, menjadikan suatu objek, kejadian, atau perilaku manusia.
3. Tipografi jenis huruf yang digunakan oleh komunikasi visual pada logo untuk lambang keyakinan optimis, handal, kekuatan, dan lainnya.

2. Pelopor Semiotika

a. Ferdinand De Saussure

Semiotika menurut Saussure adalah kajian yang membahas tentang tanda dalam kehidupan sosial dan hukum yang mengaturnya. Hal ini mengisyaratkan bahwa tanda terikat dengan hukum yang ada di masyarakat. Saussure lebih menekankan bahwa tanda memiliki makna karena dipengaruhi peran bahasa. Dibandingkan bagian-bagian lainnya seperti, adat istiadat, agama dan lain sebagainya. Saussure membagi konsep semiotikanya menjadi 4 konsep. Yaitu signifiant dan signifie, langue dan parole, synchronic dan diachronic, serta syntagmatic dan paradigmatic. Pertama yaitu signifiant dan signifie, signifiant atau petanda adalah hal-hal yang dapat diterima oleh

pikiran kita seperti gambaran visual asli dari objek. Signifie adalah makna yang kita pikirkan setelah kita menerima sebuah tanda. Misalnya, kita gunakan pintu sebagai objek untuk diterangkan menggunakan signifiant dan signifie. Signifiant dari pintu adalah komponen dari kata pintu itu yaitu P-I-N-T-U. Sedangkan signifie dari pintu adalah apa yang ditangkap pikiran kita ketika melihat pintu itu, yaitu alat yang digunakan untuk menghubungkan ruang satu ke ruang lainnya. Konsep kedua adalah bagian dari bahasa, yang terbagi dalam parole dan langue. Menurut Saussure Langue ialah pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat akan suatu hal tertentu.²⁷

Langue dapat diartikan sebagai suatu sistem dari tanda atau kode itu sendiri. Sedangkan untuk parole adalah tindakan yang dilakukan secara individual dari kemauan dan kecerdasan berpikir. Konsep ketiga adalah synchronic dan diachronic, merupakan konsep yang mempelajari bahasa dalam kurun waktu tertentu. Synchronic dalam bahasa adalah penjelasan tentang kondisi tertentu yang berhubungan dengan suatu masa. Sedangkan diachronic ialah penjelasan tentang perkembangan setelah suatu hal yang terjadi di suatu masa tertentu.²⁸ Konsep keempat, syntagmatic dan paradigmatic adalah hubungan unsur dari ilmu bahasa yang berisikan susunan atau rangkaian kata, bunyi dalam suatu konsep.²⁹

²⁷ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi...*, h. 53

²⁸ Ibid. hal. 54.

²⁹ Ibid. hal. 54.

b. Charles Sanders peirce

Dalam ilmu semiotika Charles Pierce dan Sausure merupakan dua tokoh utama penemu dan peletakkan dasar-dasar semiotika. Pierce merupakan seorang filsuf Amerika yang dinilai paling orisinil dan multidimensional. Gagasan pierce akan menentukan dan menetapkan tanda dan menggabungkan kembali menjadi sebuah struktur tunggal.³⁰ Konsep semiotika Pierce ialah tanda berkaitan erat dengan logika. Logika digunakan manusia untuk bernalar melalui tanda-tanda yang muncul disekitarnya. Tanda mampu menghubungkan pikiran antara satu orang dengan orang lainnya. Pierce membagi tanda atas 3 hal untuk memberikan makna pada suatu objek. Ketiga hal tersebut ialah ikon, indeks, dan simbol.

1. Ikon, adalah gambaran visual yang memiliki kemiripan antara bentuk tanda dan objek yang ditunjukkan. Contohnya objek dari seekor sapi, maka ikon dari objek ini dapat berupa gambar sapi, sketsa sapi, patung sapi, atau foto dari sapi. Mereka memiliki persamaan yaitu menggambarkan seekor sapi.³¹
2. Indeks, adalah tanda yang menunjukkan atau mengisyaratkan suatu objek tertentu. Hubungan dari tanda dan petanda bersifat sebab akibat dan mengacu pada fakta yang ada. Contohnya, objek seekor kucing, indeksnya ialah suara kucing, atau gerak kucing yang menandakan bahwa objek yang tengah

³⁰ Indiwani Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis bagi penelitian dan Skripsi Komunikasi*, Edisi Kedua, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hal. 17.

³¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis dan Analisis Framing*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 99.

dibicarakan tersebut adalah seekor kucing. Orang yang melihat dapat dengan cepat menangkap maksud yang ingin disampaikan.

3. Simbol, adalah tanda yang menunjukkan pada hubungan tanda dan petanda yang alamiah. Langsung merujuk pada objek yang dibicarakan yang sudah melewati pemahaman yang ada di masyarakat. Contohnya gambar sebuah masjid, maka tanda ini simbolisasi dari umat Islam.

C. Analisis Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.³²

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes karena teorinya lebih kritis daripada teori semiotika lainnya. Menurut Barthes, semiologi hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-

³² Kurniawan, *Semiologi Roland Barthes*, (Magelang: Yayasan Indonesia Tera, 2001), hal. 53.

hal. Memaknai, dalam hal ini tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa obyek-obyek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana obyek-obyek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi struktur dari tanda. Barthes, dengan demikian melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi tidak terbatas pada bahasa, tetapi juga pada hal-hal lain di luar bahasa. Barthes menganggap kehidupan sosial, apapun bentuknya merupakan suatu sistem tanda tersendiri.³³

Teori semiotika Barthes hampir secara harfiah diturunkan dari teori bahasa menurut de Saussure. Roland Barthes mengungkapkan bahwa bahasa merupakan sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.³⁴ Selanjutnya, Barthes 1957, dalam de Saussure yang dikutip Sartini menggunakan teori Signifiant-signifie yang dikembangkan menjadi teori tentang metabahasa dan konotasi. Istilah significant menjadi ekspresi (E) dan signifie menjadi isi (C). Namun, Barthes mengatakan bahwa antara E dan C harus ada relasi (R) tertentu sehingga membentuk tanda (sign, Sn). Konsep relasi ini membuat teori tentang tanda lebih dari satu dengan isi yang sama. Pengembangan ini disebut sebagai gejala meta-bahasa dan membentuk apa yang disebut kesinoniman (synonim).³⁵

Pandangan Saussure, Barthes juga meyakini bahwa hubungan antara penanda dan petanda tidak terbentuk secara alamiah, melainkan bersifat arbitrer. Bila Saussure

³³ Ibid, hal. 53.

³⁴ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), hal. 10.

³⁵ Sartini, *Tinjauan Teoritik tentang Semiotik*. (Surabaya: Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Airlangga, 2017), hal. 45.

hanya menekankan pada penandaan dalam tataran denotatif, maka Roland Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif. Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat.

Tabel 2.1
Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Pertanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
2. <i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	3. <i>Connotative Signified</i> (Pertanda konotatif)
4. <i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	

Sumber : Paul cobley & Litzza Jansz. 1999 (Dalam, Sobur 2013:69).

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan pertanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga tanda konotatif (4). Denotasi, dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenarnya, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas.

Tanda konotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung dan tidak pasti, artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru. Dalam semiologi Barthes, demokrasi merupakan sistem signifikasi tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan

merupakan makna objektif yang tetap, sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi.

Dalam analisis data ini, Peneliti menggunakan sistem signifikasi tiga tahap milik Roland Barthes yaitu, denotasi, konotasi, dan mitos. Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi (pemaknaan) tahap pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua, dan mitos yang terakhir. Denotasi menggunakan makna dari tanda sebagai definisi secara literal yang nyata. Konotasi mengarah pada kondisi sosial budaya dan asosiasi personal.

1. Makna Denotasi

Denotasi adalah hubungan yang digunakan di dalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting di dalam ujaran. Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda.³⁶ Denotasi (*denotation*) sebagai makna kata atau sekelompok kata yang didasarkan atas penunjukan yang lugas pada sesuatu di luar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu; sifatnya objektif.

2. Makna Konotasi

Konotasi atau makna konotatif disebut juga makna konotasional, makna emotif, atau makna evaluatif. Makna konotatif, seperti sudah disinggung, adalah suatu jenis makna di mana stimulus dan respons mengandung nilai-nilai

³⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 263.

emosional. Makna konotatif sebagian terjadi karena pembicara ingin menimbulkan perasaan setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan sebagainya pada pihak pendengar; di pihak lain, kata yang dipilih itu memperlihatkan bahwa pembicaranya juga memendam perasaan yang sama.

Hal senada tentang konotasi yang disampaikan oleh Sobur yang menyebutkan sebagai aspek makna sebuah atau sekelompok kata yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul atau ditimbulkan pada pembicara (penulis) dan pendengar (pembaca). Dengan kata lain “makna konotatif merupakan makna leksikal + X”.³⁷

Berdasarkan keterangan di atas, dapat dipahami bahwa makna konotatif sebagian terjadi karena pembicara ingin menimbulkan perasaan setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan sebagainya pada pihak pendengar; di pihak lain, kata yang dipilih itu memperlihatkan bahwa pembicaranya juga memendam perasaan yang sama. Pada dasarnya, konotasi timbul disebabkan masalah hubungan sosial atau hubungan interpersonal, yang memperhatikan kita dengan orang lain. Karena itu, bahasa manusia tidak sekedar menyangkut masalah makna denotatif atau ideasional dan sebagainya.³⁸

3. Mitos

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebut sebagai “mitos” dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan

³⁷ Ibid. hal. 263.

³⁸ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi...*, hal. 263.

nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Di dalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, pertanda dan tanda. Namun sebagai suatu sistem yang unik mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya atau dengan kata lain, mitos adalah suatu sistem pemaknaan tataran kedua. Di dalam mitos pula, sebuah pertanda dapat memiliki beberapa penanda.³⁹

Dalam pandangan Barthes dengan konsep mitos dalam arti umum. Barthes mengemukakan mitos adalah Bahasa, maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Dalam uraiannya, ia mengemukakan bahwa mitos dalam pengertian khusus ini merupakan perkembangan dari konotasi Konotasi yang sudah terbentuk lama di masyarakat itulah mitos. Barthes juga mengatakan bahwa mitos merupakan sistem semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang bermakna manusia.⁴⁰

Mitos barthes dengan sendirinya berbeda dengan mitos yang kita anggap tahayul, tidak masuk akal dan lain-lainnya, tetapi mitos menurut Barthes sebagai *type of speech* (gaya bicara) seseorang.⁴¹ Selain teori signifikasi dua tahap dan mitologi, Barthes mengemukakan lima jenis kode yang lazim beroperasi dalam suatu teks yaitu :

³⁹ Budiman, *Semiotika Visual Konsep Isu dan Problem Ikonisitas...* hal. 28.

⁴⁰ Hoed, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*, (Depok: Fakultas Ilmu. Pengetahuan Budaya (FIB) UI, 2008), hal. 23.

⁴¹ Nawiroh, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, (Bogor : Penerbit Ghalia, 2014), hal. 26.

1. Kode Hermeneutik ialah di bawah kode hermeneutik, orang akan mendaftar beragam istilah (formal) yang berupa sebuah teka-teki (enigma) dapat dibedakan, diduga, diformulasikan, dipertahankan, dan akhirnya disikapi. Kode ini disebut pula sebagai suara kebenaran (*the voice of truth*).
2. Kode Proairetik merupakan tindakan naratif dasar (*basic narrative action*) yang tindakan-tindakannya dapat terjadi dalam berbagai sikuen yang mungkin diindikasikan. Kode ini disebut pula sebagai suara empirik.
3. Kode Budaya sebagai referensi kepada sebuah ilmu atau lembaga ilmu pengetahuan. Kode ini disebut sebagai suara ilmu.
4. Kode Semik merupakan sebuah kode relasi-penghubung yang merupakan konotasi dari orang, tempat, objek yang pertandanya adalah sebuah karakter (Sifat, atribut, predikat).
5. Kode Simbolik merupakan suatu yang bersifat tidak stabil dan tema ini dapat ditentukan dengan berbagai bentuk sesuai dengan pendekatan sudut pandang (Perspektif) pendekatan yang digunakan.⁴²

D. Pendekatan Semiotika Model Roland Barthes Pada Logo

Dari pendekatan Roland Barthes mengenai analisis semiologis pada desain, pada logo diketahui terdapat 3 tingkatan dalam pemaknaan sebuah tanda, yaitu denotatif dengan pemaknaan kenyamanan karena kendaraan selalu dalam kondisi

⁴² Kurniawan, *Semiologi Roland Barthes...* hal. 69.

sehat. Kedua tingkat pemaknaan ini telah dijelaskan sebelumnya melalui proses semiosis Morris. Tidak berhenti hingga disini, pada logo terdapat tingkat pemaknaan selanjutnya yaitu mitologi.⁴³

Semiotika model Roland Barthes merupakan pengembangan dari semiotika Saussure, inti dari teori ini adalah ide tentang dua tatanan signifikasi (*Orders of signification*). Berikut adalah penjelasan tentang analisis semiotika berdasarkan pendekatan Denotasi, Konotasi, dan Mitos yang dikemukakan oleh Roland Barthes.

1. Denotasi, merujuk pada apa yang diyakini akal sehat manusia. (*common-sense*), makna yang teramati dari sebuah tanda. Tanda banyak kali terlibat dalam keseharian manusia contohnya rambu lalu lintas yaitu kode atau tanda yang dibuat untuk keteraturan dalam berkendara.
2. Konotasi, Pada tingkat makna lapisan kedua, yakni konotasi, makna tercipta dengan cara menghubungkan penanda-petanda dengan aspek kebudayaan yang lebih luas: keyakinan-keyakinan, sikap, kerangka kerja, dan ideologi-ideologi suatu formasi sosial tertentu. menjelaskan tentang interaksi yang terjadi ketika tanda-tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai dalam kebudayaan.
3. Mitos, merupakan sebuah cerita dimana suatu kebudayaan menjelaskan beberapa aspek dari realitas atau alam bagi orang yang mempercayainya. Mitos primitif yang berkaitan dengan kehidupan dan kematian, manusia dan Tuhan, baik dan buruk. Mitos terkini adalah soal maskulinitas, feminitas,

⁴³ Ibid. hal. 263.

tentang keluarga, tentang ilmu pengetahuan. Barthes menyebut denotasi adalah makna yang nyata dari tanda sedangkan konotasi merupakan istilah untuk menunjukkan signifikansi dari tahap kedua.⁴⁴ Mitos bukanlah sesuatu yang tidak masuk akal, transenden, ahistoris, dan irasional. Tetapi mitos menurut Barthes adalah sebuah ilmu tentang tanda. Menurut Barthes, mitos adalah *type of speech* (tipe wicara atau gaya bicara seseorang). Mitos digunakan orang untuk mengungkapkan sesuatu yang tersimpan dalam dirinya. Orang mungkin tidak sadar ketika segala kebiasaan dan tindakannya ternyata dapat dibaca orang lain. Dengan menggunakan analisis mitos, kita dapat mengetahui makna-makna yang tersimpan dalam sebuah bahasa atau benda (gambar).

E. Semiotika Komunikasi Visual

Semiotika visual merupakan salah satu jenis-jenis semiotika yang khusus mempelajari tanda-tanda melalui indra penglihatan atau menginterpretasikan produk desain komunikasi visual misal logo, lukisan dan lain sebagainya, semiotika visual tidak hanya terbatas mempelajari seni rupa. Di dalam sistem semiotika komunikasi visual melekat fungsi 'komunikasi', yaitu fungsi tanda dalam menyampaikan pesan dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) berdasarkan

⁴⁴ Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2012), hal. 33.

aturan atau kodekode tertentu. Fungsi komunikasi mengharuskan ada hubungan atau kaitan antara pengirim dan penerima pesan, melalui media tertentu.⁴⁵

Pokok kajian Semiotika komunikasi yaitu tanda dalam konteks komunikasi yang lebih luas, yang melibatkan unsur-unsur komunikasi. Semiotika komunikasi menekankan aspek 'produksi tanda' di dalam berbagai rantai komunikasi, saluran dan media, ketimbang sistem tanda. Di dalam semiotika komunikasi, tanda ditempatkan dalam rantai komunikasi, sehingga mempunyai peran yang penting dalam penyampaian pesan.

Tujuan komunikasi yang harus diingat yaitu tanda bermakna sesuatu. Apa yang mereka maksud dengan tanda-tanda, bagaimana mereka menggeneralisasikan arti dan bagaimana mereka menggunakan tanda tanda tersebut. Kata-kata tak hanya berarti jenis tanda-tanda. Sebagai pembanding atau gambaran yaitu adanya sebuah lukisan seni. Pada sebuah lukisan kanvas dan materi materi lain dipakai untuk sebuah citra yang menggambarkan sebuah hutan tropis atau gambaran mengenai ruang bercorak Victoria. Ada kebiasaan penata menyarankan kepada para pemirsa suatu kecenderungan dan gaya hidup tertentu. Sebagai contoh dalam cerita Barat kuno. Para pahlawan mengenakan pakaian putih dan para penjahat berpakaian hitam. Hal ini menjadikan anda tidak mengalami kesulitan untuk mengenal atau membedakannya.⁴⁶

⁴⁵ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra 2009), hal. Xi

⁴⁶ Hasbullah Mathar, *Semiotika Visual (Sebuah kajian tentang ilmu tanda dalam kebudayaan kontemporer)*, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 2 No. 1 (2015), hal. 38.

Logo merupakan sebuah tanda berupa gambar dengan menggunakan elemen tulisan dan elemen gambar yang menggambarkan identitas, karakter dan citra bagi entitasnya, dengan maksud menyampaikan pesan dan kesan yang akan memberikan keuntungan besar dan popularitas bagi perusahaan yang menggunakannya.⁴⁷ Elemen pembentuk logo gambar dan tulisan merupakan system tanda yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan mengenai jenis bidang usaha, jasa, citra, atau bahkan karakter perusahaan kepada masyarakat. Tanda-tanda yang digunakan dalam sebuah logo biasanya telah disepakati secara konvensional oleh masyarakat.

Ruang lingkup semiotika visual sebagai kajian pertandaan yang menaruh perhatian pada penyelidikan segala macam makna dari tanda yang disampaikan melalui sarana indra penglihatan. Kajian semiotika visual memiliki beberapa dimensi dasar, yaitu dimensi sintaktik, dimensi semantik dan dimensi pragmatik.

Dimensi Sintaktik, dimensi ini dikenal dalam semiotika linguistik sebagai metode memilah pemaknaan kata melalui proses artikulasi ganda, artinya memecah sebuah kata menjadi huruf-huruf yang masih memiliki makna dan unsur terkecil yang membedakan makna.⁴⁸ Dimensi sintaksis berkaitan dengan relasi-relasi formal antara satu tanda dengan tanda yang lain sehingga pengertiannya kurang lebih seperti tata

⁴⁷ I Nyoman Jayanegara, *Semiotika Visual Logo Rsu.Surya Husadha Denpasar*, (Online), Jurnal Bahasa Rupa, Vol. 1, No. 1, (2017), Email:Jayanegara@stiki-indonesia.ac.id. Diakses 17 september 2022.

⁴⁸ Wirawan Sukarwo, *Semiotika Visual: Penelusuran Konsep dan Problematika Operasionalnya*, Jurnal Universitas Indraprasta PGRI, Vol. 1 No. 1, (2013), hal. 70

bahasa. Sintaksis mengorganisir tiga macam tanda yang dikelompokkan berdasarkan korelasi dengan objek. Korelasi ini bisa berupa tanda index yang menunjuk ke objek tunggal.⁴⁹ Jadi dimensi sintaktik merupakan hubungan antara tanda dengan tanda-tanda lain.

Dimensi Semantik, dalam dimensi semantik menghadapi persoalan mengenai polemik antara tanda yang dicirikan, apakah ia bersifat ikonik atau simbolik seperti halnya tipologi tanda yang digagas oleh Charles Sanders Peirce. Singkatnya dimensi semantik adalah hubungan tanda dengan makna dasarnya.

Dimensi Pragmatik, Dimensi pragmatic merupakan hubungan tanda-tanda dengan penggunaannya membahas panjang lebar mengenai fungsi-fungsi yang dominan dalam komunikasi (seni) visual. Perdebatan dalam dimensi pragmatik adalah seputar apakah sebuah tanda diproduksi untuk mengemban fungsi estetis atau konatif dan ekspresif. Dalam teori estetis yang radikal, sebuah karya seni visual memiliki fungsi yang mengacu pada dirinya sendiri (self-referential). Sedangkan, tidak jarang sebuah karya seni juga mengemban fungsi konatif dan ekspresif dalam ruang lingkup komunikasi sosial.

⁴⁹ Patrio Tandianga, *Symbolisme, Realitas, dan Pikiran dalam Semiotika Charles W. Morris*, Jurnal: *Syntax Transformation*, Vol. 2 No. 5, (2021), hal. 654

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode analisis Semiotika Roland Barthes. Menurut Sugiyono pendekatan penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan secara observasi dan dokumentasi, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.⁵⁰

Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.⁵¹ Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁵²

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis semiotika. analisis semiotika bersifat kualitatif. Jenis penelitian ini memberi peluang

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 19.

⁵¹ Moleong, Laxy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), hal. 4.

⁵² Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang: UMM Press, 2008), hlm. 10.

besar atau langkah memperoleh makna secara mendalam dan menyeluruh dari logo duta wisata aceh selatan. Oleh karena itu, dengan menggunakan metode semiotika, peneliti berusaha menggali informasi atau realitas yang didapatkan melalui interpretasi simbol-simbol dan tanda-tanda yang terdapat pada logo. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotik yang dikemukakan oleh Roland Barthes, karena secara umum penelitian ini pada akhirnya akan menjelaskan lebih rinci dari segi makna yakni makna denotasi, konotasi termasuk bentuk gambar dalam produk tersebut. Peneliti juga ingin melihat iklan yang diwakilkan dari logo duta wisata Aceh Selatan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Objek dan subjek penelitian ialah sasaran dari penelitian, sasaran penelitian tersebut tidak tergantung pada judul dan topik penelitian tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian.⁵³

Adapun yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini Logo Duta Wisata Aceh Selatan.

Adapun objek dalam penelitian ini simbol-simbol yang terdapat di Logo Duta Wisata Aceh Selatan.

⁵³ Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), hlm. 78.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh dari hasil studi lapangan dan kajian literatur perpustakaan.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁵⁴ Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil pengamatan terhadap Logo Duta Wisata Aceh Selatan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁵⁵ Adapun sumber sekunder terdiri dari berbagai literatur bacaan yang memiliki relevansi dengan kajian ini seperti skripsi, jurnal ilmiah, majalah, artikel dan situs internet.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data penelitian, maka digunakan teknik dokumentasi.

1. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisa dokumen-dokumen tentang subjek dan objek

⁵⁴ Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 132.

⁵⁵ Ibid. 132.

penelitian baik dari organisasi atau lembaga maupun dari perorangan. Dokumentasi juga dapat diartikan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang teliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah.⁵⁶ Adapun dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa profil Duta Wisata Aceh Selatan serta logo Duta Wisata Aceh Selatan.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah semiotik Roland Barthes, karena Roland Barthes membagi semiotik menjadi 2 sistem yang biasa disebut dengan *two order of signification*. *Two order of signification* milik Roland Barthes ialah denotasi sebagai system analisis pertama dan konotasi sebagai system analisis kedua. Logo Duta Wisata Aceh Selatan yang telah dianggap dapat menjelaskan bentuk pesan iklan akan dianalisis dengan menggunakan denotasi. Bermula dari konotasi yang telah menetap di masyarakat, sehingga pesan yang didapat tersebut sudah tidak lagi dipertanyakan oleh masyarakat. Penjelasan Roland Barthes mengenai konotasi dan denotasi tidak lepas dari penjelasan Saussure mengenai *signifiant* dan *signifié*, bahwa ekspresi dapat berkembang membentuk tanda baru dan membentuk persamaan makna. Adanya ekspresi, relasi (hubungan), dan isi

⁵⁶ Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal. 158.

yang dimana setiap individu dapat membentuk makna lapis kedua karena adanya pergeseran makna dari denotasi ke konotasi.

Langkah-langkah analisis semiotika yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Mencari atau menemukan maupun mengumpulkan (Mengidentifikasi) tanda-tanda yang terdapat dalam logo Duta Wisata Aceh Selatan.
2. Memberikan kesan atau pendapat maupun menafsirkan (Menginterpretasikan) satu per satu tanda yang telah diidentifikasi dalam logo tersebut.
3. Memaknai secara keseluruhan mengenai logo sebagai media Publisitas atau bentuk identitas dalam logo Duta Wisata Aceh Selatan berdasarkan hasil interpretasi terhadap tanda, objek dan interpretasi yang telah diidentifikasi sebelumnya.
4. Unit data yang akan diteliti dalam hal ini adalah mengenai makna Denotasi, Konotasi serta mitos Logo Duta Wisata Aceh Selatan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Duta Wisata Aceh Selatan

Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan terletak di Jalan T. Ben Mahmud, Hilir, Gampong Hilir Kecamatan Tapak Tuan, Kabupaten Aceh Selatan. Dinas Pariwisata merupakan unsur pelaksana urusan pemerintah bidang Pariwisata. Dinas Pariwisata Aceh Selatan dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan dibawah tanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Dinas Pariwisata mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintah dibidang Pariwisata yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan untuk kabupaten.

Sebagaimana dinas pariwisata lainnya, Dinas Pariwisata Aceh Selatan juga telah merumuskan visi dan misinya. Perumusan visi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan mencerminkan apa yang ingin dicapai pada masa akhir periode tertentu, yaitu dengan mempertimbangkan kondisi saat ini, sumber daya manusia dan beberapa kebijakan serta strategi yang akan ditempuh, maka dapat dirumuskan visi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan yaitu: Mengembangkan Potensi Daerah Sebagai Daerah Tujuan Wisata dan Terwujudnya Pembangunan Bidang Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan.

Adapun misi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas Sumber daya Aparatur
2. Meningkatkan Pembangunan Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sebagai penjabaran dari Misi maka Dinas Pariwisata menetapkan tujuan. Tujuan yang akan dicapai atau dihasilkan dalam jangka waktu yang telah ditentukan, penetapan tujuan pada umumnya berdasarkan pada hasil analisis sesuai dengan kondisi-kondisi internal organisasi tujuan akan mengarahkan organisasi pada sasaran, cara untuk mencapai sasaran faktor-faktor lain dalam rangka merealisasikan misi oleh karena itu tujuan harus dapat dijadikan sebagai petunjuk (indikator) dari pencapaian misi organisasi.

Tujuan dan Sasaran dari Visi dan Misi Dinas Kabupaten Aceh Selatan agar dapat diimplementasikan dengan baik, Tujuan merupakan bentuk penjabaran dari misi dan merupakan suatu yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu. Tujuan ini bersifat idealis dan mempunyai jangkauan yang ingin dicapai, sedangkan sasaran juga merupakan bagian integritas dalam proses perencanaan strategis Dinas Pariwisata.

Adapun program yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata melalui Ragam Pesona Wisata di Aceh Selatan 2019 adalah sebagai berikut:

1. Pemilihan agam dan inong Duta Wisata Kabupaten Aceh Selatan.
2. Festival Pesona Budaya Aceh Selatan.
3. Lomba Kicau Burung.
4. Anniversary Hut Aceh Selatan.
5. Lomba Fotografi Wisata Se-Indonesia.

6. Kota Naga Trail Adventure.
7. Kota Naga Trail Adventure Se-Indonesia.

Program pengembangan pariwisata merupakan program yang sarannya untuk menarik wisatawan lokal maupun luar negeri, mengembangkan potensi tempat wisata, membudayakan pesona yang dimiliki oleh Kabupaten Aceh Selatan agar menjadi daerah tujuan wisata. Sebagai uraian program tersebut, salah satunya ialah pemilihan agam dan inong Duta Wisata Kabupaten Aceh Selatan.

Di tahun 2022 yang terpilih sebagai agam inong duta wisata Aceh Selatan ialah Bambang Lesmana dan Salsabila. Keduanya dinilai memiliki kecerdasan, berbakat, jiwa sosial serta memiliki wawasan tentang kepariwisataan dan kebudayaan, bukan hanya ketampanan dan kecantikan semata. Malam penobatan Duta Wisata Aceh Selatan yang berlangsung di Aula Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan pada hari Selasa tanggal 24 Mei 2022.⁵⁷

B. Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos Logo Duta Wisata Aceh Selatan

Pada bagian ini peneliti memberikan penjelasan terkait makna denotasi konotasi dan mitos dari logo duta wisata Aceh Selatan berdasarkan semiotika Roland Barthes, pada logo tersebut terdapat tujuh tanda yang dijadikan bahan analisis yaitu warna hitam, warna putih, Kupiah *meukeutop*, Sanggul, Tusuk Konde, Alis dan Tulisan pada logo. berikut logo duta wisata Aceh Selatan.

⁵⁷www.dispar.acehselatankab.go.id, Diakses pada 17 Juli 2022.



Gambar 4.1
Logo Wisata Aceh Selatan

1. Warna Hitam

Pemilihan warna pada logo merupakan salah satu hal paling penting untuk sebuah brand, warna dalam dunia desain pasti memiliki makna dan filosofi yang beragam, dapat dilihat brand-brand besar memilih warna tersendiri untuk menjadikan ciri khas brannya. warna hitam pada logo duta wisata Aceh Selatan jika dilihat makna denotasi, konotasi dan mitos dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Makna Denotasi dan Konotasi Warna Hitam Logo Duta Wisata Aceh Selatan

Makna Denotasi	Makna konotasi	Mitos
Warna hitam dicirikan dengan tidak adanya cahaya sehingga menimbulkan kesan	warna hitam pada logo aceh selatan melambangkan keteguhan dalam mempertahankan ciri-ciri ke Acehan bagi orang Aceh.	Warna pada dasarnya merupakan bagian cahaya yang dipantulkan dari suatu benda, karena setiap individu memiliki

kegelapan, suram, sedih, dan murung. ⁵⁸ Warna hitam sangat cocok dengan warna-warna cerah, oleh karena itu dalam logo duta wisata Aceh Selatan disandingkan dengan warna putih. ⁵⁹	Warna hitam melambangkan kekuatan, elegan, formalitas/acara resmi, kejahatan, dan misteri. Hitam juga warna misterius yang dihubungkan dengan ketakutan dan ketidaktahuan. Hitam biasanya punya makna konotasi negatif. Tapi warna hitam merupakan kekuatan dan kekuasaan; warna ini sering dipakai untuk menyampaikan kesan elegan dan bergengsi. Dalam ilmu kelembagaan, warna hitam melambangkan dukacita. ⁶⁰	hubungan yang kuat terhadap warna dan memiliki persepsi masing-masing jadi warna bersifat subjektif. ⁶¹ warna hitam biasanya dianggap suatu yang berbau mistis, melambang duka. Warna hitam pad hewan juga sering dikaitkan dengan nasib buruk contohnya Kucing hitam dan gagak hitam, dalam sebuah kata hitam juga mengacu pada suatu yang negatif.
--	---	---

2. Warna Putih

Warna putih melambangkan kemurnian atau kesucian.⁶² Warna putih sering dihubungkan dengan terang, kebaikan, kemurnian, kesucian dan keperawanan. Warna ini disarankan sebagai warna “kesempurnaan”. Warna putih berarti aman, murni, dan bersih. Sebagai lawan dari warna hitam, putih biasanya mempunyai makna konotasi yang positif. Warna putih dapat melambangkan keberhasilan. Dalam ilmu warna putih dapat melambangkan keberhasilan.

⁵⁸ Nur Ilmi, *Semiotika*, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2018), hal. 3.

⁵⁹ Ahmad Basuki, *Makna Warna dalam Desain*, (Surabaya: Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, 2016), hal.

⁶⁰ *Ibid*, h. 13-14.

⁶¹ Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hal. 46.

⁶² Maulin, *Makna Motif Ragam Hias Pada Rumah Tradisional Aceh di Museum Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Drama, Tari dan Musik Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala Volume IV, Nomor 1 (2019), hal. 90.

Dalam ilmu lambang, putih melambangkan kepercayaan dan kemurnian. Dalam dunia periklanan, putih sering dihubungkan dengan kesejukan dan kebersihan sebab putih merupakan warna salju. Penggunaan warna putih untuk melambangkan sifat simpel dalam sebuah produk yang canggih. Warna putih sangat cocok dengan organisasi kemanusiaan. Malaikat juga biasanya diimajinasikan memakai pakaian berwarna putih. Warna putih juga dihubungkan dengan rumah sakit, dokter dan steril. Jadi kita dapat menggunakan warna putih untuk melambangkan keamanan ketika mempromosikan produk-produk medis. Warna putih sering juga dihubungkan dengan beban yang ringan, makanan rendah lemak dan makanan berbahan susu.⁶³

Warna putih pada logo duta wisata Aceh Selatan jika dilihat makna denotatif dan konotatif dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Makna Konotasi dan Denotasi Warna Putih Logo Duta Wisata Aceh Selatan

Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
Warna putih pada logo tersebut yaitu pada komponen penting pada figur laki-laki dan perempuan dan tulisan pada logo.	Makna konotasi warna putih pada logo tersebut yaitu dinas pariwisata Aceh Selatan dengan program Agam Inongnya akan memberikan kesan kedamaian dan terbuka dan tranparan untuk wisatawan yang berkunjung. Warna putih pada logo juga merepresentasikan sifat masyarakat Aceh Selatan yang netral, membuat	Warna putih identik dengan hal positif, misal kulit putih bagi wanita dianggap cantik, dalam seni peran warna putih identik sosok pahlawan atau malaikat dan sebaliknya pemeran antagonis berpakaian hitam.

⁶³ Ahmad Basuki, *Makna Warna dalam Desain*, (Surabaya: Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, 2016), h. 13-14

	berkilau dan menyinari warna lain.	
--	------------------------------------	--

3. Kupiah *Meukeutop*



Gambar 4.2
Kupiah *Meukeutop*

Kupiah *Meukeutop* atau penutup kepala merupakan pakaian tradisional Aceh yang dikenakan laki-laki untuk acara adat maupun acara lainnya, sebenarnya topi yang identik dengan tokoh pahlawan nasional asal aceh yaitu Teuku Umar, belum diketahui pasti sejarah kapan dibuatnya dan siapa yang membuatnya. Kupiah ini menyimpan makna-makna sebagaimana empat corak warnanya. Merah bermakna kepahlawanan, kuning bermakna kerajaan, hijau bermakna agama, hitam bermakna keteguhan, dan putih bermakna kesucian. Seperti itulah kira-kira tipikal putra Aceh, berjiwa pahlawan, berrmarwah kerajaan, ber tradisi agama, bersikap teguh, dan berkepribadian suci.

Meukeutop dibuat dari kain tenun yang disulam. Sulaman ini berwarna hijau, kuning, hitam, dan merah. Hijau melambangkan kedamaian yang dibawa agama Islam. Kuning melambangkan kesultanan. Hitam berarti ketegasan dan kebesaran. Dan merah menyatakan keberanian dan kepahlawanan. Jadi laki-laki yang memakai *Meukeutop* ini adalah laki-laki Aceh yang memegang teguh ajaran Islam dengan damai serta memiliki ketegasan dan bersikap seperti seorang pahlawan sebagaimana seorang raja.

Pada bagian atas, *Meukeutop* dihiasi dengan Tampoeek yang terbuat dari emas atau perak sepuh emas. Terkadang ada permata-permata kecil yang diselipkan diantara hiasan emas atau perak tersebut. Bagian depan *Meukeutop* dibalut dengan kain tenun tradisional Aceh yang kemudian balutan kain tersebut disebut *Ija Teungkulok*. Kain tenun tersebut dihiasi dengan sulaman emas atau perak dengan salah satu ujung kainnya dibentuk mencuat ke atas.

Kupiah *Meukeutop* juga mengandung makna filosofi yakni untuk membuatnya, kain dipotong kecil-kecil lalu dirajut jadi satu, berbentuk lingkaran. Di pinggiran bawah kupiah, terdapat motif anyaman dikombinasikan warna hitam, hijau, merah dan kuning. Anyaman serupa terdapat di bagian tengah, yang dibatasi lingkaran kain hijau di atasnya dan kain hitam di bawah.

Pada lingkaran kepala bagian bawah, terdapat motif yang lebih dominan, berbentuk huruf hijaiyah, yaitu lam. Namun, ada garis yang menyambung antara bagian bawah dan atas motif tersebut. Motif yang sama juga terdapat di lingkaran

kepala bagian atas, hanya saja ukurannya lebih kecil. Di bagian paling atas, terdapat rajutan benang putih sebagai alas mahkota kuning emas, bertingkat tiga.

Huruf *lam* yang terbentuk dari kupiah meukeutop karena adanya empat tingkatan warna yang juga memiliki makna dan filosofi tersendiri. Tingkatan pertama bermakna hukum agama, tingkatan kedua bermakna adat, tingkatan ketiga bermakna qanun, sedangkan tingkatan keempat bermakna reusam. Dengan demikian, melihat kupiah meukeutop sama halnya dengan melihat rambu-rambu kehidupan yang dimiliki oleh masyarakat Aceh yang berlandaskan pada agama, adat, qanun dan reusam.

Meukeutop adalah penutup kepala yang dibuat dari kain tenun yang disulam. Sulaman ini berwarna hijau, kuning, hitam, dan merah. Pada bagian atas Meukeutop dililit oleh Tampoeck yang terbuat dari emas atau perak sepuh emas. Tampoeck berbentuk hiasan binatang persegi delapan, bertingkat, dan terbuat dari logam mulia. Kadang-kadang, ada permata-permata kecil yang diselipkan di antara hiasan emas tersebut. Bagian depan Meukeutop dibalut dengan Tangkulok, yakni kain tenun tradisional Aceh. Kain tenun tersebut dihiasi dengan sulaman emas dengan salah satu ujung kainnya dibentuk mencuat ke atas.

Tabel 4.3 Makna Denotasi, Denotasi dan Mitos *Meukeutop* Logo Duta Wisata Aceh Selatan

Denotasi	Konotasi	Mitos
Kupiah <i>Meukeutop</i> merupakan salah satu pelengkap busana adat Tradisional	Laki-laki yang memakai Kupiah <i>Meukeutop</i> ini adalah laki-laki Aceh yang memegang teguh budaya	Kupiah yang sudah menjadi ikon masyarakat Aceh ini sudah ada pada masa kolonial Belanda. Pada

Provinsi Aceh pada logo, figur laki-laki yang memakai Kupiah Meukeutop	dan ajaran Islam dengan damai serta memiliki ketegasan dan bersikap seperti seorang pahlawan sebagaimana seorang raja.	dasarnya masyarakat belum mengetahui sejarah pasti kupiah khas Aceh yang satu ini. Banyak yang menggapan bahwa kupiah ini berasal dari Meulaboh, karena dipakai oleh Teuku Umar, pejuang Aceh yang gagah berani melawan Belanda. ⁶⁴
--	--	--

4. Sanggul

Sanggul yaitu cara penataan rambut yang dicirikan dengan menarik sebagian besar rambut ke belakang kepala, diikuti dengan menggulungkan atau menyimpulkannya, sehingga terjadi suatu bentukan melingkar atau menggulung yang di bagian atas atau belakang kepala dianggap indah (estetika) atau bermakna simbolis tertentu. Sanggul biasanya menggunakan rambut asli namun sekarang ini sudah banyak sekali tersedia sanggul dengan menggunakan rambut palsu. Sanggul biasanya juga disebut dengan istilah konde.

Tabel 4.4 Makna Donotasi, Konotasi dan Mitos Sanggul Logo Duta

Makna Denotasi	Makna Konotasi	Mitos
Sanggul pada Logo Duta Wisata Aceh Selatan rambut yang menggulung di belakang kepala yang berfungsi sebagai	Sanggul menunjukkan seorang wanita yang harus menyimpan rahasia, biarkan masalah atau rahasia tersebut tetap tersimpan di bagian	Sanggul biasanya dipakai pada acara adat dan mitos yang tersebar dimasyarakat khususnya jawa yaitu siapa yang mengambil bunga melati di sanggul mempelai

⁶⁴ Diakses melalui situs, <https://aceh.tribunnews.com/2020/08/14/cerita-di-balik-masyhurnya-kupiah-meukeutop>, tanggal 14 september 2022.

perhiasan bagi wanita	belakang dirinya. Sementara pada bagian depan wajah seorang perempuan harus tetap terlihat tersenyum, Artinya walaupun sedang susah, berat, di depan harus tetap tersenyum cantik. ⁶⁵	wanita dapat cepat mendapatkan jodoh. Meski kebenarannya masih sulit untuk dijelaskan secara logis, mitos mengambil bunga melati pada sanggul pengantin wanita masih banyak dipercayai.
-----------------------	--	---

5. Tusuk Konde



Gambar 4.2
Tusuk Konde

Tusuk Konde merupakan perhiasan wanita yang berfungsi untuk menguatkan sanggul. Untuk memakainya dapat menusukkannya ke rambut atau dimasukkan melalui samping sanggul. Ada empat jenis Tusuk Konde atau dalam bahasa Aceh di sebut *Culok Ok*, yakni *bungong keupula* (bunga tanjung), ulat sangkadu (melingkar seperti ulat), bintang pecah (seperti bintang pecah)

⁶⁵ <https://sulteng.antaranews.com/berita/40707/ini-makna-di-balik-sanggul.html>

dan bungong sunteng (kelopak bunga). Tusuk Konde tak hanya pemanis sanggul saja ada makna yang terkandung di baliknya.

Tabel 4.5 Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos Tusuk Konde Logo Duta Wisata Aceh Selatan

Denotasi	Konotasi	Mitos
Tusuk Konde berupa perhiasan wanita. Tusuk Konde berfungsi untuk menguatkan sanggul	Tusuk konde merupakan perhiasan wanita Aceh sebagai daya pikat bagi orang yang melihatnya	Banyak legenda-legenda yang berkaitan dengan Tusuk konde dan kerap dikaitkan dengan hal-hal mistis misal alat yang digunakan untuk santet.

6. Alis

Logo duta wisata Aceh Selatan tersebut juga terdapat alis.

Tabel 4.6 Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos Alis pada Logo Duta Wisata Aceh Selatan

Denotasi	Konotasi	Mitos
Pada logo Alis terdapat pada figur laki-laki dan perempuan	Alis melengkung ini memiliki makna sifat yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Lengkungan biasa menunjukkan seseorang suka hal-hal yang sedikit lebih mudah dan tradisional. Secara denotasi alis melengkung punya sifat yang sangat ramah dan selalu memikirkan kebutuhan orang lain. Ketika mengambil keputusan, mereka selalu mempertimbangkan apa yang mereka inginkan dan apa yang kemungkinan besar diinginkan orang lain.	Alis bisa menunjukkan kepribadian seseorang juga mempengaruhi kepribadian pemiliknya. Orang dengan alis tebal misalnya cenderung bersifat tegas dan tidak mudah digoyahkan oleh siapapun. Kebalikannya, mereka yang punya alis tipis cenderung tidak percaya diri dalam banyak hal, termasuk dalam mengambil sebuah keputusan.

7. Tulisan Pada Logo



Gambar 4.3
Tulisan pada logo

Dalam sebuah logo biasanya juga memiliki unsur tulisan untuk memperjelas hal yang ingin di kepada masyarakat luas. Jika tidak ada sebuah teks yang melengkapinya terkadang orang yang melihatnya akan kesulitan untuk menangkap maksud dari logo itu. Hal ini memang penting untuk di ketahui guna meningkatkan daya tarik pada saat orang melihatnya dan dapat menimbulkan kesan yang khusus.

Tabel 4.7 Makna Denotasi, Konotasidan Mitos Tulisan pada Logo Duta Wisata Aceh Selatan

Denotasi	Konotasi	Mitos
Tulisan pada logo tersebut AGAM INONG DUTA WISATA ACEH SELATAN. Tulisan tersebut sebagai penjas dari logo Agam yang dalam bahasa Aceh berarti laki-laki dan Inong artinya Perempuan	Secara konotasi tulisan AGAM INONG DUTA WISATA ACEH SELATAN menunjukkan adanya dua orang duta wisata Aceh Selatan dengan serangkaian pemilihan yang dijadikan untuk menyampaikan informasi dan membentuk citra positif bagi daerah yang	Logotype Dalam logo Duta wisata Aceh Selatan, tulisan “AGAM INONG” berfungsi sebagai penekanan nama lembaga, sehingga dicetak tebal dan lebih besar sedangkan “DUTA WISATA” hanya sebagai penjas dan pemberi keterangan sehingga tulisannya dibuat lebih kecil dan pada masyarakat Aceh

	diwakilinya, yang mengenakan pakaian khas Aceh, artinya pariwisata aceh selatan tetap menjaga dan menjunjung tinggi adat istiadat.	penyebutan untuk duta wisata lebih sering digunakan Agam Inong Aceh. Dan kata “ACEH SELATAN” dibuat lebih tepal dari tulisan lainnya karena ingin menunjukkan daerah yang diwakili logo tersebut. Maka konsep font yang digunakan yaitu font yang berkarakter simpel/sederhana.
--	--	---

C. Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis terhadap temuan penelitian di atas, maka penting kiranya kajian ini dilakukan dan patut untuk dilanjutkan kajian lebih mendalam terkait simbol-simbol yang ada pada logo kepariwisataan yang tidak hanya pada Kabupaten Aceh Selatan melainkan juga di kabupaten lainnya yang ada di Kota Banda Aceh. Hal ini sangat berguna dalam memajukan berbagai objek wisata yang ada di Kabupaten Aceh Selatan yang nantinya dapat mendukung peningkatan PAD pemerintah melalui objek wisata yang ada di Aceh Selatan. Oleh karena itu keterlibatan pemerintah dan masyarakat dalam mempromosikan objek wisata sangatlah penting.

Kajian terhadap logo wisata Aceh Selatan juga penting dilakukan guna membantu pengembangan objek wisata melalui kegiatan promosi baik dalam lingkup wilayah Kabupaten Aceh Selatan sendiri maupun di luar kabupaten bahkan mancanegara. Besarnya pengaruh logo wisata dalam pengembangan objek wisata

dikarenakan di logo wisata itu sendiri mengandung berbagai makna dan pesan yang tersirat melalui simbol-simbol di dalamnya yang dapat dimaknai secara akademis dan praktis.

Secara akademik simbol-simbol yang ada dapat dikaji guna memberikan informasi terhadap peluang yang ada dalam pengembangan objek wisata di Aceh Selatan, sedangkan secara praktis memberikan sumbangsih bagi pemerintah dalam mencapai program pengembangan objek wisata.

Hasil kajian terhadap logo duta wisata Aceh Selatan menunjukkan adanya makna-makna yang terkandung di dalamnya, baik makna denotasi, konotasi dan mitos. Makna tersebut menggambarkan keindahan objek wisata Aceh Selatan, sifat-sifat masyarakat yang memberikan pelayanan bagi wisatawan yang mengunjungi objek wisata di Aceh Selatan. Makna-makna tersebut didapatkan dari pada simbol-simbol yang ada di logo tersebut.

Simbol yang ada di logo duta wisata Aceh Selatan tersebut berupa kupiah *meukutop*, Sanggul, Tusuk Konde, alis melengkung yang diberi warna hitam dan putih. Mekan pada logo tersebut pada penelitian ini diteliti berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes. Roland Barthes mengungkapkan bahwa bahasa merupakan sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.⁶⁶ Oleh karena melalui kajian peneliti merekomendasikan agar logo duta wisata Kabupaten Aceh Selatan lebih menarik untuk dilihat dan diamati sehingga masyarakat mudah memahami logo duta wisata Aceh Selatan tersebut.

⁶⁶ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), h. 10.

Pembuatan logo tersebut juga mempertimbangkan arti yang terkandung di dalamnya secara konkrit, sehingga masyarakat dan wisatawan baik lokal maupun mancanegara memahami arti dari simbol yang digunakan.

Logo duta wisata Aceh Selatan yang telah dipaparkan makna semiotikanya di atas, juga mengandung pesan tersendiri kepada masyarakat, terutama kalangan wisatawan dan duta wisata. Pesan yang terkandung dalam warna hitam pada logo tersebut tersirat pesan yang disampaikan yakni sifat keteguhan dan kekuatan dalam mempertahankan ciri-ciri keAcehan bagi orang Aceh Selatan. Sedangkan warna putih menyimpan pesan berupa kesucian dan rasa aman bagi pengunjung untuk melakukan kegiatan wisata ke daerah tersebut.

Pesan pada logo wisata Aceh Selatan tersebut juga terlihat dengan adanya Kupiah *Meukeutop* Artinya wisata di Kabupaten Aceh Selatan menjaga nilai-nilai budaya dan agama Islam bagi para pengunjungnya. Adanya lambing Kupiah *Meukeutop* pada logo duta wisata Aceh Selatan ini juga berupaya menyampaikan pesan bahwa setiap wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Aceh Selatan dihargai dan dilayanan bagaikan seorang raja! R Y

Tidak hanya pada wisatawan laki-laki, melainkan juga kalangan perempuan mendapatkan perhatian dari pesan iklan yang ada pada logo duta wisata Aceh Selatan tersebut. Hal ini disampaikan melalui lambang Tusuk Konde yang merupakan penghias sanggul rambut. Lambang ini menyampaikan pesan bahwa kalangan wisatawan perempuan juga menjadi prioritas pelayanan wisata oleh pemerintah Aceh Selatan.

Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah Aceh Selatan dan umumnya warga Aceh Selatan memiliki sikap yang baik dalam pemberian layanan wisata kepada masyarakat yang berkunjung ke berbagai objek wisata yang ada di Aceh Selatan. Artinya tidak ada sifat meninggikan diri seperti sombong dan sebagainya. Melainkan selalu bersikap baik kepada orang lain. Hal ini ditandai dengan adanya lambing alis melengkung pada logo duta wisata Aceh Selatan yang memiliki makna sifat yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

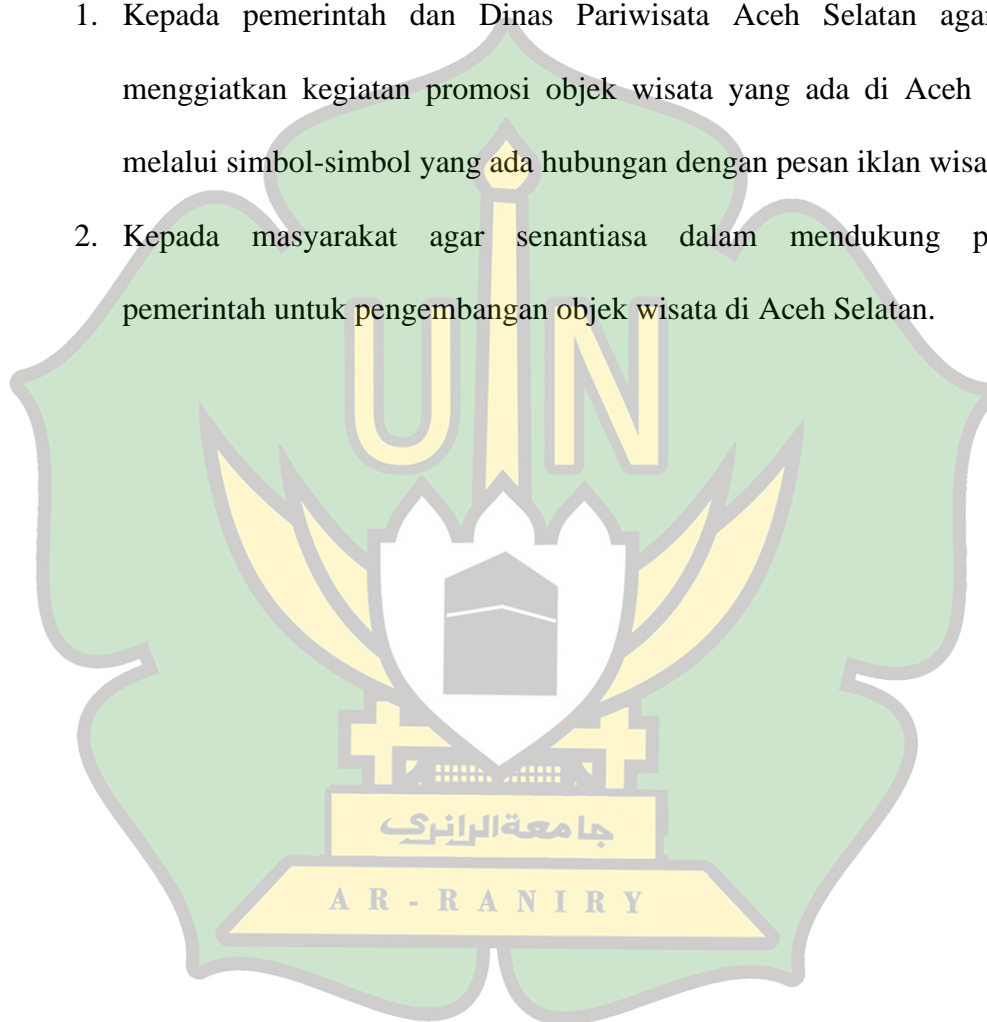
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diketahui bahwa Logo duta wisata Aceh Selatan banyak mengandung nilai-nilai yaitu:

1. Warna hitam tersirat nilai berupa sifat keteguhan dan kekuatan dalam mempertahankan ciri-ciri keAcehan bagi orang Aceh Selatan. Sedangkan
2. warna putih menyimpan pesan berupa kesucian dan rasa aman.
3. Kupiah *Meukeutop* memiliki makna wisata di Kabupaten Aceh Selatan menjaga nilai-nilai budaya serta agama Islam bagi para pengunjungnya serta dihargai dan dilayani bagaikan seorang raja.
4. Sedangkan sanggul dan tusuk konde melambangkan penghargaan bagi kalangan perempuan.
5. Alis melengkung pada logo tersebut menunjukkan bahwa pemerintah Aceh Selatan dan umumnya warga Aceh Selatan memiliki sikap yang ramah dalam pemberian layanan wisata kepada masyarakat yang berkunjung ke berbagai objek wisata yang ada di Aceh Selatan.
6. Tulisan pada logo merupakan sebagai penjas dinas dan daerah yang diwakili oleh logo

B. Saran

Agar kajian ini dapat terealisasi, maka peneliti mengajukan saran kepada pihak terkait, yakni sebagai berikut:

1. Kepada pemerintah dan Dinas Pariwisata Aceh Selatan agar terus menggiatkan kegiatan promosi objek wisata yang ada di Aceh Selatan melalui simbol-simbol yang ada hubungan dengan pesan iklan wisata.
2. Kepada masyarakat agar senantiasa dalam mendukung program pemerintah untuk pengembangan objek wisata di Aceh Selatan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmad Basuki, *Makna Warna dalam Desain*, Surabaya: Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, 2016
- Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis dan Analisis Framing*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006
- Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003
- Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009
- Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis bagi penelitian dan Skripsi Komunikasi*, Edisi Kedua, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013
- Barthes, *Elemen-Elemen Semiotika. Terjemahan Ardiansyah*, Yogyakarta: IRCiSoD, 2012
- Budiman, *Semiotika Visual Konsep Isu dan Problem Ikonisitas*, Yogyakarta: Jalasutra, 2011
- Bungin, B. *Konstruksi Sosial Media Massa*, Jakarta: Kencana, 2008
- Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011
- Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalansutra, 2010
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004
- Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Raja grafindo Persada, 2012
- Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, Malang: UMM Press, 2008
- Hoed, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*, Depok: Fakultas Ilmu. Pengetahuan Budaya (FIB) UI, 2008
- Kurniawan, *Semiologi Roland Barthes*, (Magelang: Yayasan Indonesia Tera, 2001.

- Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi offset, 2009
- Littlejohn, *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika, 2009
- Moleong, Laxy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006
- Narwawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007.
- Nawiroh, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor : Penerbit Ghalia, 2014
- Nawiroh, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2015
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007
- Safanayong, *Desain Komunikasi Visual Terpadu*, Jakarta: Arte Intermedia, 2006
- Salim, Peter dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Press, 2002
- Sartini, *Tinjauan Teoritik tentang Semiotik*. Surabaya: Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Airlangga, 2017.
- Saussure, Ferdinand, *Pengantar Linguistik Umum*. Terj. Rahayu S. Hidayat. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 1989.
- Shimp, *Periklanan Promosi*, Jakarta : Erlangga, 2013
- Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012
- Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra 2009
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008
- Yunus, *Ketika Memaknai Logo MAA*. Banda Aceh: MAA. 2016.

Jurnal/Skripsi

- Abdul Malik, Raray Istianah dan Bachrul Restu Bagja, *Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Tentang Makna Logo Pariwisata Kabupaten Sukabumi*, Sukabumi: Universitas Nusa Putra, 2021.
- Hani Latifah, Analisis Semiotik dalam Cerpen “Tak Ada Yang Gila di Kota Ini”, *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 25, No. 2, 2020.
- Maulin, *Makna Motif Ragam Hias Pada Rumah Tradisional Aceh di Museum Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Drama, Tari dan Musik Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala Volume IV, Nomor 1 2019.
- Rully Khairul Anwar, Irene Alifa Hapsari dan Dian Sinaga, *Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce Mengenai Logo Baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia*, Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 6, No. 2 2018
- Sinung Utami Hasri Habsari. *Membaca Simbol-Simbol Komunikasi dan Budaya Pada Bangunan Cagar Budaya Dengan Analisis Semiotika Roland Barthes*. Jurnal PPKM III volume 7 juli 2015
- Warmadewi, *Analisis Semiotik Iklan Pariwisata Negara Australia*, Jurnal Bahasa dan Budaya Vol 3 No 1 2019
- Hasbullah Mathar, *Semiotika Visual (Sebuah kajian tentang ilmu tanda dalam kebudayaan kontemporer)*, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 2 No. 1 2015
- I Nyoman Jayanegara, *Semiotika: Visual Logo Rsu.Surya Husadha Denpasar*, (Online), Jurnal Bahasa Rupa, Vol. 1, No. 1, (2017), Email:Jayanegara@stiki-indonesia.ac.id. Diakses 17 september 2022.
- Wirawan Sukarwo, *Semiotika Visual: Penelusuran Konsep dan Problematika Operasionalnya*, Jurnal Universitas Indraprasta PGRI, Vol. 1 No. 1, 2013
- Patrio Tandiangga, *Simbolisme, Realitas, dan Pikiran dalam Semiotika Charles W. Morris*, Jurnal: Syntax Tranformation, Vol. 2 No. 5, 2021

Daftar Web

www.dispar.acehselatankab.go.id, (Diakses pada 17 Juli 2022).

<https://sulteng.antaraneews.com/berita/40707/ini-makna-di-balik-sanggul.html>.
(Diakses pada 17 Juli 2022)

<https://aceh.tribunnews.com/2020/08/14/cerita-di-balik-masyhurnya-kupiah-meukeutop>. (Diakses tanggal 14 september 202)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : IHSANUL KHAIRI
2. Tempat / Tgl. Lahir : Lawe Sawah / 28 September 1997
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. NIM / Prodi : 150401109 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Lawe Sawah
 - a. Kecamatan : Kluet Timur
 - b. Kabupaten : Aceh Selatan
 - c. Propinsi : Aceh
8. Email : 150401109@student.ar-raniry.ac.id

Riwayat Pendidikan

9. MI Negeri Lawe Sawah, Tahun Lulus 2009
10. MTs Swasta Lawe Sawah, Tahun Lulus 2012
11. MAN Negeri 4 Aceh Selatan, Tahun Lulus 2015

Oran Tua/Wali

12. Nama Ayah : SAHRUL AKBAR
13. Nama Ibu : SARBANI
14. Pekerjaan Orang Tua :
 - Ayah : Tani
 - Ibu : PNS
15. Alamat Orang Tua : Lawe Sawah
 - a. Kecamatan : Kluet Timur
 - b. Kabupaten : Aceh Selatan
 - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 17 Juli 2022

Peneliti,

Ihsanul Khairi