

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pentingnya makna dalam sebuah logo dalam hal ini yang menjadi bahan pembicaraan adalah filosofi dari logo itu sendiri. Filosofi ialah suatu keharusan, yang mana merupakan komponen terpenting dalam sebuah logo. Filosofi dalam sebuah logo akan banyak membantu, karena dengan melihat logo tersebut, konsumen akan paham maksud dari logo tersebut. Filosofi dalam sebuah logo juga memberikan kesan mudah diingat. Merangkai filosofi yang harmonis untuk sebuah logo berarti dalam merangkai dan menanamkan filosofi yang harmonis pada sebuah logo sendiri juga membutuhkan proses yang lama dan bertahap. Bagaimanapun juga, logo yang baik adalah logo yang memiliki nilai filosofi didalamnya, ia juga menjadi “warna” tersendiri dalam sebuah logo. (Rustan, 2009)

Begitu pula dengan logo pesawat N219 milik PT. Dirgantara Indonesia (Persero). PT Dirgantara Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kedirgantaraan di Asia yang berpengalaman serta berkompetensi dalam rancang bangun, pengembangan dan *manufacturing aerospace* khususnya. Pesawat adalah alat transportasi yang memiliki makna yang sangat penting untuk pengembangan ekonomi dan pertahanan, mengingat Indonesia adalah negara kepulauan dengan kondisi geografis yang sulit ditembus tanpa alat transportasi yang memadai. Dari kondisi yang disebutkan di atas, muncul pemikiran bahwa sebagai negara kepulauan, Indonesia berada dalam posisi untuk

memiliki industri maritim dan penerbangan. Hal ini menyebabkan lahirnya industri pesawat terbang di Indonesia. Berikut adalah gambar pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero):

Tabel 1. 1
Pesawat N219



Sumber: <https://www.indonesian-aerospace.com/> (diakses pada tanggal 21 Maret 2021 pukul 12:35 WIB)

Menurut Arsip PT. Dirgantara Indonesia (Persero) tahun 2017, N-219 Nurtanio merupakan pesawat penumpang dan serba guna yang dikembangkan oleh PT. Dirgantara Indonesia (Persero). N219 Nurtanio akan menjadi moda transportasi yang paling cocok untuk membuka, meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, dan memelihara pertahanan dan keamanan daerah-daerah terpencil.

N219 Nurtanio adalah pesawat multiguna generasi baru, yang dirancang untuk mengangkut 19 penumpang dengan luas kabin terbesar di kelasnya, mesinnya terbukti dan efisien, sistem avionik yang canggih, *fixed tricycle landing gear*, serta pintu kargo yang lebar untuk memudahkan mengubah konfigurasi pesawat. Dengan demikian, N219 Nurtanio dirancang untuk memberikan keuntungan kepada operator dari aspek teknis dan ekonomi.

Selain konfigurasi angkutan penumpang, N219 Nurtanio juga dapat dilengkapi dengan peralatan yang sesuai untuk memenuhi berbagai persyaratan misi seperti Transportasi Pasukan, konfigurasi Evakuasi Medis, Transportasi Kargo, Pengawasan dan Search and Rescue (SAR).

PT. Dirgantara Indonesia (Persero) telah sukses melakukan uji terbang perdana pesawat N219 pada tanggal 16 Agustus 2017. Setelah melakukan uji coba penerbangan beberapa kali, pada 10 November 2017 pesawat N219 diberi nama “Nurtanio” oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo bertempat di Base Ops Lanud Halim Perdanakusuma, Jakarta. Nama Nurtanio dipilih oleh Presiden sebagai penghargaan kepada Laksamana Muda Udara (Anumerta) Nurtanio Pringgoadisuryo yang merupakan sosok perintis industri pesawat terbang Indonesia.

Pesawat N219 ini salah satu pesawat PT. Dirgantara Indonesia (Persero) yang memiliki logo pada badan pesawatnya. Logo ini merupakan lambang atau simbol khusus dari suatu produk sebuah perusahaan yang bergerak dibidang kedirgantaraan di Asia. Dalam hal ini logo dari pesawat N219 berupa nama, lambang dan elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual, serta diciptakan sebagai identitas yang unik dan mudah dibedakan dengan pesawat lain. Fungsi dasar dari logo adalah identitas, oleh karena itu logo harus divisualisasikan seimbang, relevan dan mampu menyampaikan citra positif melalui tampilan sederhana dalam bentuk simbol agar masyarakat lebih mudah mengingat atau mengenal produk atau perusahaan. Disamping itu logo juga harus bisa memberikan penjelasan mengenai apa yang di tawarkan perusahaan atau organisasi pemilik logo.

Brand identity salah satu faktor terpenting untuk membentuk persepsi orang-orang terhadap suatu bisnis. Sama halnya dengan pesawat N219 ini yang memiliki logo pada badan pesawatnya. Logo ini merupakan salah satu identitas dari pesawat tersebut. Meski pesawat ini buatan tahun 2017, namun pesawat N219 merupakan pesawat desain Indonesia pertama yang mendapatkan sertifikasi terbang yang lengkap pada 28 Desember 2020 dan siap masuk ke tahap komersialisasi pada tahun 2021. Adanya logo N219 juga merupakan bagian dari komunikasi. Logo dapat mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa perusahaan tersebut telah menciptakan sebuah ciri khas dari pesawat itu sendiri supaya bisa menarik dalam hal penjualan. Dengan kata lain, *brand identity* dari PT. Dirgantara Indonesia (Persero) juga akan membuat pesawat N219 ini terlihat lebih unik sehingga dapat digunakan sebagai pembeda dari pesawat-pesawat milik PT. Dirgantara Indonesia (Persero) lainnya. Berikut adalah gambar logo N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero) :

Gambar 1. 1
Logo N219



Sumber: arsip PT.Dirgantara Indonesia (Persero) tahun 2017

Pierce terkenal karena teori tandanya. Suatu tanda tidak pernah berupa suatu entitas yang sendirian, tetapi yang memiliki ketiga aspek tersebut. Pierce mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh kepertamaan, objeknya

adalah keduaan, dan penafsirnya yaitu unsur perantara adalah unsur ketiga. Pierce selalu berusaha untuk menemukan struktur *terner* dimanapun mereka bisa terjadi. Ketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tak terbatas, selama suatu penafsir (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi yang lain (yaitu sebagai wakil dari suatu makna atau penanda) bisa ditangkap oleh penafsir lainnya. Penafsir ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi dan penangkapan/hipotesis membentuk tiga jenis penafsir penting) agar bisa ada sebagai suatu tanda, maka tanda tersebut harus ditafsirkan (dan berarti harus memiliki penafsir). (Sobur, 2009)

Pada prinsipnya, logo adalah simbol yang mewakili keberadaan perusahaan atau produk perusahaan. Selain membangun citra perusahaan, logo juga sering digunakan untuk membangun semangat secara internal di antara komponen-komponen di perusahaan informasi tersebut. Logo yang bagus dan sukses akan dapat menghasilkan saran membangun kepercayaan, memiliki, dan memelihara gambar perusahaan yang memiliki logo. Selain itu, logo bahkan dapat membentuk kesatuan dan solidaritas di antara anggota keluarga besar perusahaan yang akhirnya mampu meningkatkan prestasi dan mencapai kesuksesan demi perbaikan perusahaan. (Rustan, 2009)

Definisi logo dalam buku Mendesain Logo karya Surianto Rustan adalah huruf atau simbol (gambar) yang berisi makna, terdiri dari satu atau beberapa kata sebagai simbol atau nama perusahaan dan sebagainya. Perusahaan, organisasi, institusi pendidikan, pemerintahan dan lainnya, pasti membutuhkan simbol sebagai pengidentifikasi yang dapat dengan mudah dikenali masyarakat. (Rustan, 2009)

Logo merupakan elemen yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga lain. Dalam logo juga ada arti dan tujuan dari memakainya, baik warnanya, gambarnya, tulisannya dan pembuatannya, oleh karena itu logo juga bisa diibaratkan dengan wajah. Setiap orang dapat dengan mudah dikenali satu sama lain hanya dengan melihat wajah. Begitu juga dengan Logo. Logo adalah visi menyampaikan citra positif melalui tampilan sederhana dalam bentuk simbol.

Adanya logo dalam sebuah produk umumnya mengandung tujuan dan makna tertentu, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang Logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero). Maka penulis akan berusaha mengkaji lebih jauh mengenai simbol yang terkandung dalam logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan menggunakan analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce. Pada penelitian ini penulis mencoba meneliti simbol-simbol dan makna simbol yang terdapat dalam logo N219 PT Dirgantara Indonesia (Persero).

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan keunikan tersebut, maka peneliti pun ingin menganalisis lebih jauh mengenai logo. Maka dari itu, rumusan masalah makro dari penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis Semiotika Makna Logo Pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero)”.

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah makro yang telah peneliti jelaskan diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah mikro yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana makna tanda yang terdapat pada logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero)?
2. Bagaimana makna objek yang terdapat pada logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero)?
3. Bagaimana makna interpretan yang terdapat pada logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero)?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Bertolak dari latar belakang penelitian diatas, maka maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana analisis semiotika mengenai makna logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero).

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang peneliti rumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui makna tanda yang terdapat pada logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero).
2. Untuk mengetahui makna objek yang terdapat pada logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero).

3. Untuk mengetahui makna interpretan yang terdapat pada logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero).

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara garis besar penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, untuk akademik, masyarakat luas dan terutama bagi pihak perusahaan. Kegunaan penelitian juga dapat dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang dapat digunakan oleh banyak pihak.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat menunjang perkembangan di bidang ilmu komunikasi seorang humas, khususnya dalam perkembangan komunikasi. Seorang humas harus mempelajari studi analisis semiotika, karena sangat menunjang untuk membentuk citra diri dan identitas sebuah perusahaan/organisasi/lembaga itu sendiri.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Berdasarkan pengembangan dari penelitian ini, diharapkan berguna untuk menganalisis dan memahami permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Dan kegunaan untuk membantu pemecahan dan mengantisipasi masalah yang berfokus pada 3 kegunaan :

a. Kegunaan untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai pengaplikasian ilmu yang selama ini diterima oleh peneliti baik teori maupun praktik, serta guna menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti terutama

memahami analisa semiotika mengenai makna logo N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero).

b. Kegunaan untuk Akademik

Berguna bagi mahasiswa UNIKOM, yaitu sebagai referensi bagi mahasiswa secara umum dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai literatur untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama serta memberi kontribusi untuk pengembangan ilmu yang bersangkutan. Dan juga berguna untuk penelitian selanjutnya sebagai referensi bagi peneliti yang akan meneliti mengenai studi analisis semiotika.

c. Kegunaan untuk Perusahaan

Penelitian ini berguna bagi perusahaan atau instansi yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian yaitu PT Dirgantara Indonesia (Persero) sebagai bahan informasi melalui literatur yang membahas mengenai makna dari logo N219.