BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti. adapun hasil dari pengumpulan yang telah peneliti dapatkan selama penelitian dan peneliti menguraikannya sebagai berikut :

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu,

sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

2.1.1.1 Skripsi Reza Pratama, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2010

Dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Semiotik Lambang-Lambang *(Emoticon)* Dalam Kegiatan *Chating* Di *Yahoo! Messenger* Bagi Para Penggunanya". Reza menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Charles Sander Pierce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanda lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya, untuk mengetahui objek lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya, untuk mengetahui interpretan lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya dan untuk mengetahui analisis semiotik lambang-lambang *(emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanda lambang-lambang (*emoticon*) dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya, dimana tanda emoticon disini sebagai suatu lambang yang diberi emosi dalam visualisasinya dan disisipkan kedalam pesan dan dimaknai seletah

dihubungkan emosi pengguna dengan lambangnya, dan lambang yang disisipkan itu dimaknai secara bersama-sama dalam suatu bentuk pesan yang memiliki suatu arti disetiap pesannya.

Objek lambang-lambang (*emoticon*) dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya, objek emoticon yaitu mengacu kepada suatu yang lain. Diawali dengan pemahaman akan suatu *emoticon* yang disisipkan sehingga proses dari pemunculan *emoticon* itu dimaknai dan mempunyai arti dalam lambang yang disisipkan didalam pesan yang disampaikan.

Interpretan lambang-lambang (*emoticon*) dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya, dalam pemilihan *emoticon* yang tersedia didasarkan pada kenyataan penggunanya dimana kenyataan dalam pencapaian makna akan suatu *emoticon* yang disisipkan itu beralasan disetiap isi pesanya.

Analisis semiotik lambang-lambang *(emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya merupakan suatu bentuk penganalisaan terhadap suatu bentuk *emoticon* yang terbagi akan 3 komponen, yaitu tanda *(sign)*, objek *(object)*, dan interpretan *(interpretant)*.

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Dalam Mulyana dijelaskan, kata komunikasi atau *communications* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama

,*communico, communication,* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yangmirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2007:46)

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari bahasa latin atau *communicatio* dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di komunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy,2002: 9)

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi teori dan Praktek , ilmu komunikasi adalah Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy, 2001: 10)

Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting.Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland

yang dikutip dari Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa komunikasi Adalah Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*)

Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif. (Effendy, 2001:10)

Menurut Willbur Schramn, seorang ahli ilmu komunikasi kenamaan dalam karyanya *Communication Research In The United States* menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*Frame of Reference*) yakni panduan pengalaaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*)

Yang pernah diperoleh komunikan. Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam prosesnya Mitchall. N. Charmley memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi yang

dikutip dari buku Astrid P.Susanto yang berjudul Komunikasi Dalam Praktek dan Teori , yaitu sebagai berikut:

- Sumber (*source*)
- Komunikator (*encoder*)
- Pertanyaan/pesan (*messege*)
- Komunikan (*decoder*)
- Tujuan (*destination*)

Roger dalam Mulyana berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Mulyana, 2007:69) Harold Lasswell menjelaskan bahwa (Cara yang baik untukmenggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaanberikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh bagaimana? (Mulyana, 2007: 69)

Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (*komunikator,source,sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*komunikan,receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain. Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Menurut Deddy Mulyana, Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1. Komunikasi verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal

2. Komunikasi non verbal

Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata Menurut Larry A. Samovar dan Richard E Porter komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan

> penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima
>
> (Mulyana, 2000: 237)

2.2 Logo dan Filosofinya

Logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk, yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial.

Pada prinsipnya, logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, atau eksistensi suatu perusahaan atau produk dari sebuah perusahaan. Selain membangun citra perusahaan, logo juga sering kali dipergunakan untuk membangun *spirit* secara internal diantara komponen yang ada dalam perusahaan tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga *image* perusahaan pemilik logo itu. Selanjutnya, logo bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas diantara anggota keluarga besar perusahaan itu yang akhirnya mampu meningkatkan prestasi dan meraih sukses demi kemajuan perusahaan.

Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar itu bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Oleh karena sifat dari apa yang diwakili oleh logo berbeda satu sama lain, maka seyogyanya logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula.

Penggunaan logo yang dikenal saat ini awalnya hanyalah sekedar berupa lambang, simbol, atau maskot yang merupakan identitas suatu kelompok, suku, bangsa, atau negara. Suku-suku bangsa di masa lalu sering menggunakan maskot binatang seperti beruang, burung, rajawali, dan kuda sebagai simbolik mereka. Maskot-maskot tadi diambil dari apa saja yang dikagumi di sekeliling mereka.

2.2.1 Logo Sesuai Unsur Pembentuknya

Unsur pembentuk logo dapat dipilah-pilah menjadi 4 kelompok. Namun demikian, kelompok-kelompok tersebut bisa digabungkan sehingga mengandung unsur campuran. Diantaranya:

a) Logo Dalam Bentuk Alphabetical

Logo yang terdiri dari bentuk huruf-huruf atau dimaksudkan untuk menggambarkan bentuk huruf dan kombinasi dari bentuk huruf. Kelompok ini merupakan jumlah yang paling banyak dan merupakan trend baru untuk diikuti.

b) Logo Dalam Bentuk Benda Konkret

Bentuk konkret, misalnya manusia (seorang tokoh, wajah, bentuk tubuh yang menarik), bentuk binatang, tanaman, peralatan, maupun benda lainnya.

c) Logo Dalam Bentuk Abstrak, Poligon, Spiral, dsb

Logo kelompok ini memiliki elemen-elemen yang merupakan bentuk abstrak, bentuk geometri, spiral, busur, segitiga, bujursangkar, poligon, titik-

titik, garis, panah, gabungan bentuk-bentuk lengkung, dan bentuk ekspresi 3 dimensi.

d) Logo Dalam Bentuk Simbol, Nomor, dan Elemen Lain

Bentuk-bentuk yang sudah dikenal untuk menggambarkan sesuatu seperti hati, tanda silang, tanda plus, tanda petir, tanda notasi musik, dsb.

e) Logotype

Jika logo adalah tanda gambar (*picture mark*), maka *Logotype* adalah gambar nama (*word mark*). Oleh karena itu, *logotype* berbentuk tulisan khas yang mengidentifikasikan suatu nama atau merk. Ia memiliki sifat-sifat yang sangat mirip dengan logo yang telah dibahas di atas.

2.2.2 Ciri-Ciri Logo yang Efektif

- Memiliki sifat unik. Tidak mirip dengan logo lain sehingga orang tdak bingung karena logo mirip desain lain yang sudah ada.
- Memiliki sifat yang fungsional sehingga dapat dipasang atau digunakan dalam berbagai keperluan.
- Bentuk logo mengikuti kaidah-kaidah dasar desain (misalnya bidang, warna, bentuk, konsistensi, dan kejelasan).

- Mampu mempresentasikan suatu perusahaan / lembaga atau suatu produk.

2.2.3 Filosofi dan Makna Gambar

Hingga kini masih ada tuntutan bahwa logo seyogyanya mengandung suatu filosofi, makna logo, atau setidaknya dasar pembentukan logo itu. Perusahaan-perusahaan besar di Indonesia yang melombakan pembuatan logo membeberkan sejarah serta visi dan misi perusahaan. Kemudian di dalam persyaratannya dicantumkan agar peserta lomba juga mencantumkan filosofi yang terkandung pada logo yang dibuat. Dengan demikian, perancang logo harus memulai pekerjaannya dengan merancang filosofi dan makna dari simbol yang akan digambarkan itu, bukan memikirkan gambar apa yang akan dibuat.

Seringkali perancang logo berhasil membuat sebuah karya grafis yang bagus, tetapi tidak mampu menuangkan filosofi yang terkandung dalam gambar itu. Keberuntungan untuk menuangkan detail filosofi keping demi keping elemen gambar sesuai latar belakang, visi, dan misi perusahaan yang dilogokan kadang-kadang menyertai perancang logo. Kedua unsur, yakni bentuk visual serta kandungan maknanya harus terpadu satu sama lain.

2.3 Tinjauan Mengenai Semiotik

2.3.1 Pengertian Semiotik

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani, *semeion* yang berarti tanda. Menurut Umberto Eco (dalam Sobur, 2009:95), mengatakan :

> Tanda itu didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensional sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. (Sobur, 2009:95).

Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya pada simtomatologi dan diagnostik inferensial. Tanda pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjukkan pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandakan adanya api.

Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Sedangkan menurut Van Zoest mengatakan :

> Semiotik adalah ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya : cara berfungsinya, hubungan dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. (Sobur, 2009:96)

Batasan lebih jelas mengenai definisi semiotik dikemukakan oleh Preminger (2001:89), yang mengatakan :

> Semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial / masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda itu mempunyai arti. (Sobur, 2009:96)

Meskipun refleksi mengenai tanda itu mempunyai sejarah filsafat yang patut dihargai, namun semiotik atau semiologi dalam arti modern berangkat dari seorang ahli bahasa Swiss, yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913), yang mungemukakan pandangan linguistik hendaknya menjadi bagian dari suatu ilmu pengetahuan umum tentang tanda, yang disebutnya semiologi.

Pemahaman akan struktur semiosis menjadi dasar yang tidak bisa ditiadakan bagi penafsir dalam upaya mengembangkan pragmatisme. Seorang penasir adalah yang berkedudukan sebagai peneliti, pengamat, dan pengkaji objek yang dipamainya. Dalam mengkaji objek yang dipahaminya, seorang penafsir yang jeli dan cermat, sesuatunya akan dilihat dari jalur logika, yakni (Sobur, 2009:97)

1. Hubungan penalaran dengan jenis penandanya :
    a. *Qualisigns* : penanda yang bertalian dengan kualitas. Tanda-tanda yang merupakan tanda berdasarkan suatu sifat. *Qualisigns* yang murni pada kenyataannya tidak pernah ada. Jadi agar benar-benar berfungsi, *qualisign* harus mempunyai bentuk.

b. *Sinsigns* : penanda yang bertalian dengan kenyataan. Tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilnya dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan merupakan *sinsigns*.

c. *Legisigns* : penanda yang bertalian dengan kaidah. Tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konvensi, sebuah kode. Semua tanda bahasa merupakan *legisigns*, karena bahasa merupakan kode. Setiap *legisigns* mengimplikasikan *sinsigns*, sebuah *second* yang mengaitkan sebuah *third*, yakni peraturan yang bersifat umum. Jadi, *legisign* sendiri merupakan sebuah *third*.

2. Hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya :

a. *Icon* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya,

b. *Index* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya,

c. *Symbol* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan kaidah secara konvensi telah lazim digunakan oleh masyarakat.

3. Hubungan pikiran dengan jenis petandanya :
    a. *Rheme or seme* : penanda yang bertalian dengan mungkin terpahaminya objek petanda bagi penafsir,
    b. *Dicent or decisign or pheme* : penanda yang menampilkaninformasi tentang petandanya,
    c. *Argument* : penanda yang petandanya akhir bukan suatu benda tetapi kaidah.

    (Sobur, 2004:97-98).

Kesembilan tipe penanda sebagai suatu struktur semiosis itu dapat dipergunakan sebagai dasar kombinasi satu dengan lainnya. Dalam kaitannya dengan ilmu bahasa, semiotik menurut Charles Moris, memiliki tiga cabang :

> Sintaktika (sintaksis) sebagai ilmu bahasa yang mengkaji penggabungan satuan-satuan lingual yang berupa kata untuk membentuk satuan kebahasaan yang lebih besar seperti frase, klausa, kalimat dan wacana. Semantika (semantik) adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual, baik makna leksikal maupun makna gramatikal. Makna leksikal adalah makna unit semantik yang terkecil disebut leksem, sedangkan makna gramatikal adalah makna yang terbentuk dari satuan kebahasaan. Pragmatika (pragmatis) adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yakni bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan dalam komunikasi”(Sobur, 2009:102).

2.3.2 Macam-macam Semiotik

Menurut Pateda (2001:29), menerangkan bahwa sekurangkurangnya terdapat sembilan macam semiotik yang sudah dikenal, yakni :

1. *Semiotik Analitik*, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Semiotik berobjekan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.
2. *Semiotik Deskriptif*, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun terdapat tanda lain yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.
3. *Semiotik Fauna* (*zoosemiotic*), yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Hewan biasanya menghasilkan tanda untuk berkomunikasi antar sesamanya, tetapi sering juga menghasilkan tanda yang ditafsirkan oleh manusia.
4. *Semiotik Kultural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Budaya yang terdapat dalam masyarakat yang juga termasuk sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakannya dengan masyarakat yang lain.
5. *Semiotik Naratif*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan erita lisan (*folklore*).
6. *Semiotik Natural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.
7. *Semiotik Normatif*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu-lintas.
8. *Semiotik Sosial*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia lambang, baik lambang yang berwujud kata maupun lambang yang berwujud kata dalam satuan disebut kalimat.
9. *Semiotik Struktural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa. (Sobur, 2004:100-101)

Dalam perkembangannya semiotik tidak hanya dipakai dalam kajian linguistik, tapi semiotik juga bisa digunakan dalam menganilis berbagai

objek seperti semiotik hewan (*zoosemiotic*) dan semiotik alam (*natural semiotic*).

2.3.3 Tanda dan Makna Dalam Semiotik

2.3.3.1 Tanda

Semua model makna memiliki bentuk yang secara luas serupa dan atau mirip. Masing-masing memperhatikan tiga unsur yang mesti ada dalam setiap studi tentang makna. Ketiga unsur tersebut adalah : a) tanda, b) acuan tanda, c) pengguna tanda.

Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indra kita; tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri; dan bergantung pada pengamatan oleh penggunanya sehingga bisa disebut tanda.

Peirce (dalam Fiske, 2004:62), mengatakan:

> Tanda dalam acuannya dan penggunaannya sebagai tiga titik dalam segitiga. Masing-masing terkait erat pada dua yang lainnya, dan dapat dipahami dalam artian pihak lain. (Suprapto, 2006:114).

Sedangkan Saussure berpendapat lain, ia mengatakan :

> Tanda terdiri atas bentuk fisik plus konsep mental yang terkait, dan konsep ini merupakan pemahaman atas realitas eksternal. (Suprapto, 2006:114).

Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tanda terdiri pada realitas hanya melalui konsep orang yang menggunakannya.

2.3.3.1.1 Kategori-Kategori Tanda

Pierce dan Saussure menjelaskan berbagai cara dalam meyampaikan makna. Peirce membuat tiga kategori tanda yang masing-masing menunjukkan hubungan berbeda di antara tanda dan objeknya atau apa yang diacunya.

1. Ikon adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto atau peta.
2. Indeks ada hubungan langsung antara tanda dan objeknya. Ia merupakan tanda yang hubungan eksistensionalnya langsung dengan objeknya.
3. Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan atau aturan kata-kata umumnya adalah simbol (Suprapto, 2006:120).

Tommy Suprapto dalam bukunya yang berjudul *"Pengantar Teori Komunikasi"*, mengemukakan beberapa pokok pikiran tentang makna dan tanda dalam proses komunikasi, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Dalam proses komunikasi, seperangkat tanda merupakan hal yang penting karena ini merupakan pesan yang harus dipahami oleh komunikan. Komunikan harus menciptakan makna yang terkait dengan makna yang dibuat oleh komunikator. Semakin banyak kita berbagi kode yang sama,

makin banyak kita menggunakan sistem tanda yang semakin sama.

2. Tanda-tanda (*sign*) adalah basis dari seluruh kegiatan komunikasi. Manusia dengan perantara tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Kajian tentang tanda dalam proses komunikasi tersebut sering disebut semiotika komuniksi.
3. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda, yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu : pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan hal yang dibicarakan.
4. Semiotika mempunyai 3 bidang, yaitu :
    a. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas aturan tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tandatanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya.
    b. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi selama komunikasi yang tersedia mentransmisinya.
    c. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Suprapto, 2006:123).

2.3.3.2 Makna Semiotik

Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukan (*dennotative*), kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda.

1. Denotatif

   Maksud dari denotatif adalah:

   a. Makna leksikal.

   b. Arti yang pokok, pasti, dan terhindar dari kesalah-tafsiran.

   c. Sifat langsung, konkret, dan jelas.

2. Konotatif

   Maksud dari konotatif adalah:

   a. Memiliki makna struktural.

   b. Memiliki makna tambahan disamping makna sebenarnya.

   c. Memiliki sifat tidak langsung, maya, abstrak, tersirat.

Manusia mampu memberikan makna dan menginternalisasikan makna terhadap suatu objek, tempat, maupun suasana dari orang-orang yang berada di dalam lingkungan simbolik kita. Sebagai contoh, orang-orang yang berada di dalam lingkup disiplin ilmu pertekstilan maupun industri tekstil akan menangkap makna gambar *cones* (gulungan benang berbentuk kerucut) sebagai simbol pemintalan, sedangkan gambar teropong untuk menyilangkan benang sebagai simbol penenunan.

Sebuah makna berasal dari petanda-petanda yang dibuat manusia, ditentukan oleh kultur atau subkultur yang dimilikinya yang merupakan konsep mental yang digunakan dalam membagi

realitas dan mengkategorikannya sehingga manusia dapat memahami realitas tersebut.

2.3.4 Semiotika Komunikasi Visual

Definisi semiotika komunikasi visual dalam buku Sumbo Tinarbuko yang berjudul *Semiotika Komunikasi Visual* adalah : "Sebuah upaya memberikan sebuah intepretasi terhadap keilmuan semiotika itu sendiri, yaitu sebagai sebuah metode pembacaan karya komunikasi visual." (Tinarburko, 2008:11)

Sebagai sebuah upaya interpretasi, Sumbo menawarkan sebuah kebenaran tentang semiotika komunikasi visual, di samping kebenaran-kebenaran lain yang di tawarkan oleh penulis lain, dengan argumen, nalar dan sistematika yang dikembangkannya masing-masing.

Dilihat dari sudut pandang semiotika, komunikasi visual adalah sebuag sistem semiotika khusus, dengan pembendaharaan tanda (*vocabulary*) dan sintaks (*syntagm*) yang khas, yang berbeda dengan sistem semiotika seni. Di dalam semiotika komunikasi visual melekat fungsi komunikasi, yaitu fungsi tanda dalam menyampaikan pesan (*sender*) kepada para penerima (*receiver*) tanda berdasarkan aturan atau kode-kode tertentu. Fungsi komunikasi mengharuskan ada relasi(satu atau dua arah) antara pengirim dan penerima pesan, yang dimediasi oleh media tertentu.

Meskipun fungsi utamanya adalah fungsi komunikasi, tetapi bentuk komunikasi visual juga mempunyai fungsi signifikasi (*signification*), yaitu

fungsi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna. Ini berbeda dengan bidang lain, sperti seni rupa (khusunya seni rupa modern) yang tidak mempunyai fungsi khusus komunikasi seperti itu, akan tetapi ia memiliki fungsi signifikasi. Fungsi signifikasi adalah fungsi dimana penanda (*signifer*) yang bersifat kongkret dimuati dengan konsep-konsep abstrak atau makna yang secara umum disebut petanda (*signified*). Dapat dikatakan disini, bahwa meskipun semua muatan komunikasi dari bentuk-bentuk komunikasi visual ditiadakan, ia sebenarnya masih mempunyai muatan signifikasi, yaitu muatan makna.

Semiotika komunikasi mengkaji tanda dalam konteks komunikasi yang lebih luas, yang melibatkan berbagai elemn komunikasi, seperti saluran (*channel*), sinyal (*signal*), media, pesan, kode (bahkan juga *noise*). Semiotika komunikasi menekankan aspek produksi tanda (*sign production*) di dalam berbagai rantai komunikasi, saluran dan media ketimbang sistem tanda (*sign system*). Di dalam semiotika komunikasi, tanda di tempatkan dalam rantai komunikasi, sehingga mempunyai peran yang penting dalam penyampaian pesan.

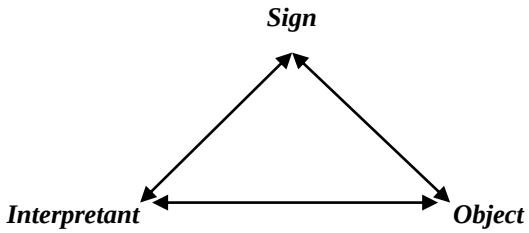
2.4 Semiotika Charles Sander Pierce

”Menurut Pierce salah satu bentuk adalah kata. Sedangkan objek adalah tanda yang ada dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. (Sobur, 2002:115)”. Pierce juga mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kedua, dan

penafsiran unsur pengantara adalah contoh dari ketigaan. Ketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tidak terbatas, selama satu penafsiran (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi lain (yaitu dari suatu makna dan penanda) bisa ditangkap oleh penafsiran lainnya. Penafsiran ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi, penangkap) membentuk tiga jenis penafsiran yang penting. Agar bisa ada sebagai suatu tanda, makna tersebut harus ditafriskan yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi. Hubungan segitiga makna Pierce lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut :

Gambar 2.1.

Segitiga Semiotik C.S.Pierce



***Sumber** : (Sumbo Tinarbuko, 2008, dalam buku semiotika komunikasi visual)*

Menurut Pierce tanda ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu.tanda akan selalu mengacu kepada suatu yang lain, oleh Pierce disebut objek. Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melaui interpretant. Jadi interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri

penerima tanda, artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat ground yaitu pengetahuan tentang system tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukan oleh Pierce terkenal dengan nama segitiga semiotik.

Bagi Charles Sander Pierce (Pateda, 2001:44 dalam Sobur, 2002:41), tanda *"is something which stand to somebody for something in some resfect or capacity."* Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi , oleh Pierce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *represntament*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant.*

Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi tanda. Tanda yang dikaitkan dengan *ground* dibaginya menjadi *qualisign, sinsign,* dan *ligisign.* Berdasarkan Objeknya, Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Dan Berdasarkan Interpretannya dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *decisign* dan *argument.*

2.5 Kerangka Pemikiran

Logo merupakan elemen yang sangat penting untuk sebuah perusahaan atau badan-badan lainnya. Didalam logo-pun terdapat arti dan tujuan dari yang memakainya, baik dari warnanya, gambarnya, tulisannya maupun pembuatannya.

Logo atau lambang milanisti ini dibentuk atas rasa kecintaan terhadap AC.Milan sebagai klub besar yang memilki sejarah besar sebagai salah satu raksasa seri A, Eropa, dan tim yang paling banyak meraih tropi internasional.

Milanisti sejati selalu setia mendukung *Rossoneri* dalam keadaan susah maupun senang.

Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukan (*dennotative*), kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda.

1. Denotatif

   Maksud dari denotatif adalah:

   a. Makna leksikal.

   b. Arti yang pokok, pasti, dan terhindar dari kesalah-tafsiran.

   c. Sifat langsung, konkret, dan jelas.

2. Konotatif

   Maksud dari konotatif adalah:

   a. Memiliki makna struktural.

   b. Memiliki makna tambahan disamping makna sebenarnya.

   c. Memiliki sifat tidak langsung, maya, abstrak, tersirat.

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori segitiga makna *(triangel meaning)* Charles Sander Pierce yang terdiri atas *sign* (tanda), *object* (objek) dan *Interpretant* (Interpretan) sebagai acuan. Menurut pierce salah satu bentuk adalah

kata. Sedangkan objek adalah tanda yang ada dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. (Sobur, 2002:115) Pierce juga mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kedua, dan penafsiran unsur pengantara adalah contoh dari ketigaan.

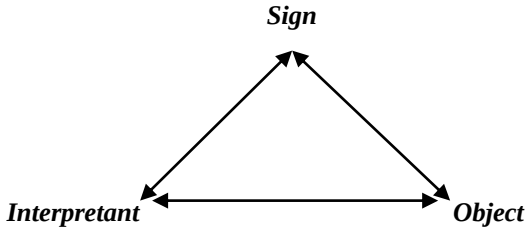
Ketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tidak terbatas, selama satu penafsiran (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi lain (yaitu dari suatu makna dan penanda) bisa ditangkap oleh penafsiran lainnya. Penafsiran ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi, penangkap) membentuk tiga jenis penafsiran yang penting.

Agar bisa ada sebagai suatu tanda, makna tersebut harus ditafsirkankan yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi.

Hubungan segitiga makna pierce lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut:

Gambar 2.2

Segitiga Semiotik C.S.Pierce



***Sumber** : (Sumbo Tinarbuko, 2008, dalam buku semiotika komunikasi visual)*

Menurut Pierce tanda ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu.tanda akan selalu mengacu kepada suatu yang lain, oleh Pierce disebut objek. Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melaui interpretant. Jadi interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda, artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat ground yaitu pengetahuan tentang system tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukan oleh Pierce terkenal dengan nama segitiga semiotik.

Untuk menjabarkan konsep relasi makna (tanda, objek dan interpretan,) C.S Pierce memberikan pembagian tanda dalam tiga bagian yaitu: ikon, indeks, simbol**.**

Ikon**,** adalah tanda yang dicirikan oleh persamaannya (*resembles*) dengan objek yang digambarkan. Tanda visual seperti adalah *ikon*, karena tanda yang ditampilkan mengacu pada persamaannya dengan objek.

Indeks, adalah hubungan langsung antara sebuah tanda dan objek yang kedua-duanya dihubungkan. *Indeks*, merupakan tanda yang hubungan eksisitensialnya langsung dengan objeknya. Sebuah *indeks* dapat dikenali bukan hanya dengan melihat seperti halnya dalam *ikon*, tetapi juga perlu dipikirkan hubungan antara dua objek tersebut.

Simbol, adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau aturan. Makna dari suatu *simbol* ditentukan oleh

suatu persetujuan bersama, atau diterima oleh umum sebagai suatu kebenaran tanda.

Bagi Pierce Tanda merupakan sesuatu yang digunakan agar tanda bisa befungsi, oleh Pierce disebut *ground.* Konsekuensinya, tanda selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object,* dan *interpretant.* Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi tanda menjadi *qualisign*, *sinsign*, *dan legisign.*

1. *Qualisgn* adalah kualitas yang ada pada tanda.
2. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda.
3. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda.

Sedangkan Berdasarkan Interpretant Tanda dibagi atas tiga bagian yaitu, *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign* dan *argument*.

1. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan.
2. *Decisgn* adalah tanda sesuai kenyataan.
3. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu.

Ikon, indeks, dan simbol merupakan perangkat hubungan antara dasar (bentuk), objek (referent) dan konsep (interpretant).

Dari paparan di atas, dapat dibuat bagan pemikiran guna mempermudah pemahaman kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Gambar 2.3

Bagan Alur Pemikiran

