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 data 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 ketertarikan serta relevansi dengan penelitian terdahulu yang memiliki ketertarikan 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.

Tabel 2.1

Penelitian Sejenis

No	Nama Peneliti	Judul	Pendekatan Penelitian	Hasil
1	Nany Probosari UPN (2010)	PEMAKNAAN KARIKATUR ”PLN” (Studi Semiotik Tentang Pemaknaan Karikatur ”PLN” Pada www.jawapos.co.id)	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika	analisis tanda yang ada dalam karikatur yang berupa gambar dan tulisan yang terdapat dalam karikatur yang dimuat di www.jawapos.co.id, kemudian diinterpretsikan dengan menggunakan ikon (icon), indeks (index), dan symbol (symbol).
2	Niko Hendravianto UNPAD	Analisis Semiotik Logo CIMB NIAGA	Penelitian ini menggunakan pendekatan	mengetahui simbol-simbol yang ada dalam CIMB NIAGA serta

	(2011)		penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika	mengungkapkan filosofis yang ada pada simbol tersebut, dan bagaimana elemen fisik dan non-fisik yang ada dalam logo tersebut bila dikaji dalam analisis taksonomi serta peran logo tersebut sebagai sebuah identitas perusahaan

Sumber: Peneliti 2013

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Dalam Mulyana dijelaskan, kata komunikasi atau *communications* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin communis yang berarti sama, communico, communications, atau c*ommunicate* 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 yang mirip. 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 Wilbur 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 pengalaman 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 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:

a. Sumber (*source*)

b. Komunikator (*encoder*)

c. Pertanyaan/pesan (*message*)

d. Komunikan (*decoder*)

e. Tujuan (*destination*)

Roger dan Mulyana berpendapat bahwa komunikasi adalah prose's dimana suatu ide dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Mulyana, 2007:69). Harrold Laswell menjelaskan bahwa (Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*?" Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepadada 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 (*comunnicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*communican, receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian diatas, 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 unsure tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus.

2.1.3 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 organisasi maupun lembaga. Selain membangun citra organisasi, logo juga seringkali dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada dalam organisasi tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga *image* organisai pemilik logo itu. Selanjutnya, logo bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas diantara anggota keluarga besar organisasi itu yang akhirnya mampu meningkatkan prestasi dan meraih sukses demi kemajuan organisai.

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.

2.1.3.1 Logo Sesuai Unsur Pembentuknya

Unsur pembentuk logo dapat dipilah-pilah menjadi 4 (empat) 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 unutk menggambarkan 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 (seorng tokoh, wajh, dan bentuk tubuh yang menarik) bentuk binatang, tanaman, peralatan, maupun benda lainnya.

c) Logo Dalam Bentuk Abstrak, Poligami Spiral, dsb

Logo kelompok ini memiliki elemen-elemen yang merupakan bentuk abstrak, bentuk geometri, spiral, brosur, segitiga, bujursangkar, titik-titik, garis, panah, gabungan bentuk-bentuk lengkung, dan bentuk ekspresi 3 (tiga) 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.

2.1.3.2 Ciri-Ciri Logo yang Efektif

a. Memiliki sifat unik. Tidak mirip dengan logo lain sehingga orang tidak bingung karena logo mirip desain lain yang sudah ada.

b. Memiliki sifat yang fungsional sehingga dapat dipasang atau digunakan dalam berbagai keperluan.

c. Bentuk logo mengikuti kaidah-kaidah dasar desain (misalnya bidang, warna, bentuk, konsistensi, dan kejelasan).

d. Mampu mempresentasikan suatu organisasi atau suatu produk.

2.1.4 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 organisasi atau lembaga yang dilogokan kadang-kadang menyertai perancang logo. Kedua unsur, yakni bentuk visual serta kandungan maknanya harus terpadu satu sama lain

2.1.5 Tinjauan Mengenai Semiotik

2.1.5.1 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 penerimannya 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 aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda itu mempunyai arti. (Sobur, 2009:2006)*

Meskipun refleksi mengenai tanda itu mempuyai sejarah filsafat yang patut dihargai, namun semiotik atau semiologi dalam arti modern berangkat dari seorang ahli Swiss, yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913), yang mengemukakan 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 penafsir adalah yang berkedudukan sebagai peneliti, pengamat, dan pengkaji objek yang dipahaminya. Dalam mengkaji objek yang dipahaminya, seorang penafsir yang jeli dan cermat, sesuatunya akan dibuat 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 kenyatannya tidak pernah ada. Jadi agar benar-benar berfungsi, qualisigns 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 *legisigns* sendiri merupakan sebuah *third*.

2. Hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya :

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

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

3. Hubungan pikiran dengan jenis penandanya :

a. *Rheme or seme* : penanda yang bertalian dengan mungkin terpahaminya objek petanda bagi penafsir,

b. *Dicent or decisign or pheme* : penanda yang menampilkan informasi tentang petandanya,

c. *Argument* : penanda yang petandanya akhir bukan suatu benda tetapi kaidah.

(Sobur, 2004:97-98)

Kesembilan (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 (*semantic*) adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual, baik makna lesikal maupun makna gramatikal. Makna leksikal adalah makna unit semantik yang terkecil yang 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).

2.1.5.2 Macam-macam semiotik

Menurut Pateda (2001:29), menerangkan bahwa sekurang-kurangnya 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. 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 cerita lisan (*folklore*).

6. Semiotik Natural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.

7. Semiotik Normatifi, 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 menganalisis berbagai objek seperti semiotik hewan (*zoosemiotic*) dan semiotik alam (*natural semiotic*).

2.1.6 Tanda dan Makna Dalam Semiotik

2.1.6.1 Tanda

Semua model makna memiliki bentuk yang secara luas serupa dan 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 duayang lainnya, dan dapat dipahami dalam artian pihak lain. (Suprapti, 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 pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tanda terdiri dari pada realitas hanya melalui konsep orang yang menggunakannya.

2.1.6.2 Kategori-kategori Tanda

Peirce dan Saussure menjelaskan berbagai cara dalam menyampaikan makna. Pierce 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 karenaini 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 komunikasi.

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 (tiga) bidang yaitu :

    a. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas aturan tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda 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).

2.1.6.3 Makna Semiotik

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 ruang 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 penemuan.

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.

2.1.7 Semiotika Komunikasi Visual

Definisi semiotika komunikasi visual dalam buku Sumbo Tinarbuko yang berjudul Semiotika Komunikasi Visual adalah : "Sebuah upaya memberikan sebuah interpretasi terhadap keilmuan semiotika itu sendiri, yaitu sebagai sebuah metode pembacaan karya komunikasi visual." (Tinarbuko, 2008:1)

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 dikembangkan masing-masing.

Dilihat dari sudut pandang semiotika, komunikasi visual adalah sebuah 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, seperti seni rupa (khususnya seni rupa modern) yang tidak mempunyai fungsi khusus komunikasi seperti itu, akan tetapi ia memiliki fungsi signifikasi. Fungsi signifikasi adalah fungsi dimana penanda (*signifier*) 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 bebagai elemen 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.

2.1.8 Kaitan Semiotika dan Ilmu Humas

Pengetahuan dan kekuasaan saling terkait satu sama lain. Tidak bisa dibayangkan bahwa suatu ketika 'pengetahuan' tidak lagi bergantung pada 'kekuasaan' sebagaimana mustahil 'pengetahuan' tidak mengandung 'kekuasaan'. (Michel Foucault)

Itu adalah kutipan dari buku Foucault yang berjudul *Archaeology of Knowledge* (1969). Dalam pencariannya, Foucault menemukan bahwa pengetahuan dan kekuasaan memegang peranan penting dalam pembentukan pengetahuan manusia, dan diskursus mempunyai peranan penting dalam pembentukan pengetahuan manusia.

Foucault berpendapat bahwa diskursus berarti apa yang ditulis dan dikomunikasikan sebagai tanda. Sedangkan *writing* (menulis) merupakan sebuah wilayah pengetahuan yang sifatnya teknis. Sehingga saat mendefinisikan kata normal, Foucault mengeluarkan argumen bahwa diskursus tentang kegilaan yang dihasilkan oleh para psikiater, psikolog, dan ahli-ahli lainnya-lah yang pada akhirnya mendefinisikan apa yang disebut normal tadi. Kesimpulannya, diskursus sama dengan pengetahuan, dan pengetahuan sama dengan kekuasaan. Ini semata-mata tentang diskursus, dan betapa hebatnya diskursus dalam menciptakan sebuah definisi, mengkonstruksi wacana, dan kemampuannya dalam merekayasa sebuah citra.

Pekerjaan Humas selalu berhubungan dengan citra sebuah

lembaga/organisasi/perusahaan. Bahwa Humas adalah sebuah wajah dari lembaga/organisasi/perusahaan.

Seorang Public Relation (PR/Humas) pasti akan bekerja keras demi mengkonstruksi citra dari lembaga/organisasi/perusahaan tempat ia bernaung. Berbagai cara dilakukan. Mulai dari melebarkan sayap-sayap jaringan, membangun dan mempertahankan komunikasi dan hubungan baik dengan relasi (baik lembaga/organisasi/perusahaan lain maupun media massa), sampai memasarkan 'produk' yang bisa dijual dari lembaga/organisasi/perusahaannya.

Ketika upaya-upaya tersebut sudah dilancarkan, seorang Humas yang baik seharusnya mampu melakukan proses evaluasi terhadap kerja pencitraannya. Banyak cara bisa dilakukan. Bisa dengan metode polling dengan menyebarkan angket kepada masyarakat, ataupun dengan melakukan analisa media massa. Untuk melihat *image* dari lembaga/organisasi/perusahaan yang bersangkutan. Lalu diharapkan dari hasil evaluasi tersebut dapat dilihat sejauh mana penerimaan masyarakat terhadap lembaga/organisasi/perusahaan tersebut. Kemudian Humas juga diharapkan mampu mengolah hasil evaluasi tersebut dan menciptakan upaya-upaya baru untuk mencitrakan lembaga/organisasi/perusahaannya, dan mungkin sedikit mendongkrak popularitasnya.

Semiotika sosial dapat digunakan untuk membantu Humas menganalisa pemberitaan media. Semiotika itu ilmu membanca tanda dan bagaimana memberi makna dari tanda. Dalam proses lahirnya 'Semiotika Barat', ilmu tentang tanda ini menurut Todorov, dibangun dari empat tradisi disiplin ilmu, yakni semantik (filsafat dan bahasa), logika, retorika, dan hermeneutika. Kajian semiotika ini

sendiri sebenarnya sudah dimulai sejak jaman Plato. Aristoteles, dan juga pada ahli-ahli skolastik abad petengahan.

Semiotika termasuk ke dalam pemikiran posstrukturalis. Pemikiran posstrukturalis memang tidak terlepas dari andil pemikiran filosof terdahulu seperti eksistensialisme Nietzsche, terutama dengan penolakannya pada 'ilusi' kebenaran dan konsep makna yang statis, keyakinannya pada kehendak untuk berkuasa, dukungannya pada gaya hidup Dionysian, dan pemusuhannya dengan egaliterianisme. Hal yang paling terkesan dari aktivitas pembacaan tentang pemikiran posstrukturalis dan postmodern, bahwa wacana marxisme dan psikoanalisa benar-benar menunjukkan pengaruh akan progresivitas dari pemikiran postmodern dan posstrukturalis yang ada terutama telaah tentang kebudayaan pascamodern.

Ciri-ciri pemikiran posstrukturalis :

Pertama, melontarkan kritik. Kritik pertama adalah tentang 'subjek manusia'. 'Subjek' di sini dibedakan dengan pemahaman zaman Renaisans yang bermaksud 'individu', dan mengandaikan manusia sebagai agen intelektual yang bebas, dan proses berpikir tidak dipengaruhi kondisi sejarah atau pun budaya. Ini memperlihatkan perbedaannya dengan pemikiran Cartesian tentang "Aku berpikir, maka aku ada". "Aku" pada Descartes melihat diri merupakan entitas yang sepenuhnya sadar, dan oleh karena itu, dapat memahami dirinya sendiri. Para pemikir posstrukturalis berusaha menghancurkan 'subjek' tadi.

Kedua, posstrukturalis mengkritisi historisme, yang antipati terhadap pernyataan bahwa sejarah memiliki pola umum. Hal ini terlihat misalnya dari

pandangan Michel Foucault bahwa sejarah tanpa konsep kemajuan (progress), dan Jacques Derrida yang mengatakan bahwa sejarah tidak memiliki titik akhir.

Ketiga, adanya kritik makna. Seperti konsep makna dalam linguistik Saussure bahwa hal itu dapat dipahami karena adanya posisi diferensial dalam struktur bahasa, dan sifat bahasa yang arbitrer, yang berarti tanda memperentasikan sesuatu berdasarkan kesepakatan dan kebiasaan penggunaan, bukan berdasarkan keharusan. Dalam konsep Saussure, keseimbangan antara penanda dan petanda senantiasa berada pada posisi genting. Ini berbeda dari konsep posstrukturalis. Secara umum, petanda direndahkan dan penanda diposisikan dominan. Ini berarti tidak ada hubungan satu-satu antara proposisi dan realitas. Ini seperti konsep Jacques Lacan tentang "selalu terpelesetnya petanda di bahwa penanda".

Keempat, posstrukturalisme menekankan interaksi pembaca dan teks sebagai produktivitas. Dengan kata lain aktivitas membaca kehilangan status sebagai tindakan konsumsi suatu produk secara pasif dan diubah menjadi tindakan aktif.

Ketika Humas menyentuh ruang semiotika adalah saat Humas mencoba melakukan terobosan-terobosan sebagai salah satu upaya untuk mencitrakan lembaga/organisasi/perusahaannya. Bahwa pada akhirnya, hasil analisa media dengan metode semiotika dapat membantu para Humas membaca citra dari lembaga/organisasi/perusahaan yang bersangkutan.

2.1.9 Gagasan Charles Sander Peirce

Menurut Aart van Zoest (Alex Sobur.2009:39-40). Charles Sander Peirce adalah salah seorang filsuf Amerika yang paling orisinil dan multidimensional.

“Peirce adalah seorang pemikir yang argumentatif”, begitu komentar Paul Cobley dan Litza Jansz. Namun ironisnya, ditengah-tengah kehidupan bermasyarakat, teman-temannya membiarkan dia hidup dengan kesusahan sampai meninggalnya, tahun 1914. Ia diperbolehkan menjadi lektor di suatu universitas hanya lima tahun. Setelah itu Peirce diberhentikan. Barangkali karena Peirce, seperti dituturkan Cobley dan Jansz (1999:18), tidak dapat menjadi contoh dari gaya hidup akademik yang santun, lingkungan tempat dia secara bertahap mengonstruksi “semiotika”nya. “Sifat pemarah dan sulit diatur itu diduga karena penyakit sarapnya yang sering kambuh dan kerusakan kulit di sekitar wajah yang agak parah”, tulis Cobley dan Jansz. Konon, Peirce sangat temperamental.

Peirce dalam pandangan Roy J. Howard (2000:154), sangat berjasa karena telah mengidentifikasi, dari logika ilmu ke dalam kepentingan intelektual, yaitu tindakan komunikatif dan telah menunjukkan bagaimana ia menggarisbawahi kepentingan teknis ilmu. Walaupun Peirce menerbitkan lebih dari 10.000 halaman cetak, namun ia tidak pernah menerbitkan buku yang berisikan telaah mengenai masalah yang menjadi bidangnya. Oleh karena itu, dalam kaitan dengan karyanya tentang tanda, pemikiran Peirce harus dianggap selalu berada dalam proses dan terus mengalami modifikasi dan penajaman lebih lanjut.

Di dalam lingkup semiotika, Peirce, sebagaimana dipaparkan Lechte (2001:227), seringkali mengulang-ngulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi sesorang.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

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

Logo atau lambang Majelis Adat Budaya Melayu ini dibentuk atas dasar kecintaan terhadap suku melayu serta untuk melestarikan kebudayaannya. Selain itu, didasarkan ketakutan akan pudarnya adat budaya di generasi yang akan datang apabila tidak ada suatu wadah organsasi yang mampu menjaga adat istiadat Melayu. Berangkat dari hal-hal tersebut diatas, terbentuklah Majelis Adat Budaya Melayu Kalimantan Barat (MABM-KB) yang diharapkan mampu untuk meneruskan adat istiadat dari generasi ke generasi sekaligus menunjukan eksistensi akan budaya Melayu di Indonesia.

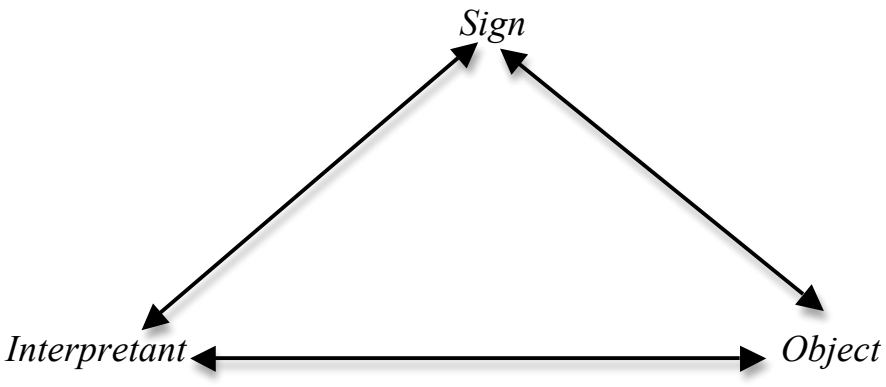
Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori segitiga makna (*triangle meaning*) Charles Sander Peirce yang terdiri atas *sign* (tanda), object (objek), dan *interpretant* (interpretan) sebagai acuan. Menurut Peirce salah satu bentuk adalah kata. Sedangkan objek adalah tanda yang ada dalam benak sesorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. (Sobur, 2002:115). Peirce 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 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 ditafsirkan yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi. Hubungan segitiga makna Peirce lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut :

Gambar 2.1

Segitiga Semiotik C.S.Peirce



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

Menurut Peirce tanda ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu kepada suatu yang lain, oleh Peirce disebut objek. Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda

baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui *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 sistem tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan oleh Peirce terkenal dengan nama segitiga semiotik.

Untuk menjabarkan konsep relasi makna (tanda, objek, dan interpretan) C.S Peirce 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 eksistensialnya 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 Peirce tanda merupakan sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Peirce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan interpretant. Atas dasar hubungan ini, Peirce mengadakan klasifikasi tanda menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*.

1. *Qualisign* 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 *decisign*, dan *argument*.

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

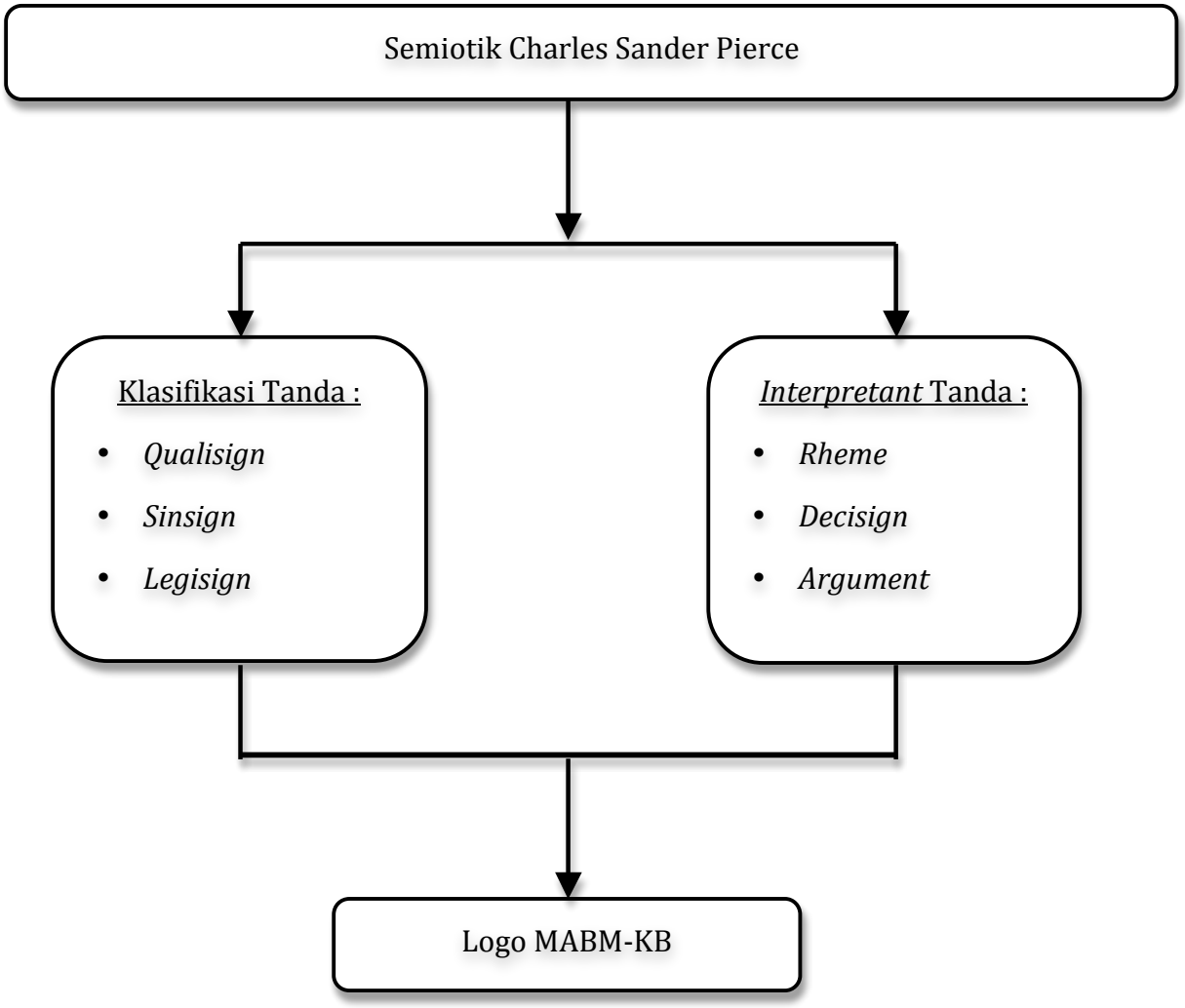
Ikon, indeks, dan simbol merupakan perangkat hubungan antara dasar (bentuk), objek (referenti), dan konsep (interpretant).

2.2.2 Kerangka Konseptual

Dapat dibuat bagan pemikiran guna mempermudah pemahaman kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Gambar 2.2

Bagan Alur Pemikiran



Sumber : Peneliti 2013

Dari semiotika Charles Sander Peirce, terdapat klasifikasi tanda dan *interpretant* tanda.

Klasifikasi tanda terdiri dari :

1. *Qualisign* 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.

Interpretant tanda terdiri dari :

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