BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Syiar merupakan tindakan atau upaya untuk menyampaikan, menyerukan dan memperkenalkan berbagai hal dalam islam. Syiar bisa lewat tauladan, tausyiah, kesenian atau semacam gabungannya. Syiar atau dakwah bertujuan untuk mengubah manusia, dari yang tidak tahu menjadi tahu, dari yang kurang baik menjadi lebih baik. Pengemban dakwah atau Syiar adalah penyampai wahyu agung yang benar dengan cara penuh kebaikan, hanya saja cara penyampaiannya tidak selalu begitu. Seringkali kita melihat ide yang penuh dengan keburukan dipoles dengan begitu indahnya sehingga menarik mata dan dipahami dengan mudahnya. Sebaliknya dengan ide islam yang penuh dengan kebaikan dan keindahan dibungkus seadanya sehingga jangankan dipahami, dilirik saja tidak.

Namun Syiar itu bukan hanya tentang apa yang disampaikan, tapi juga tentang bagaimana menyampakiannya dan siapa yang menyampaikan. Artinya agar pesan dakwah kita bisa tersampaikan dengan baik oleh manusia, informasi atau pesan itu harus sampai kepadanya, harus terpapar kepadanya. Tanpa itu, kita takkan punya kesempatan untuk mengubah pemikirannya, sebagus apapun konten (isi) dakwah yang kita samapaikan. Disini pentingnya konteks (kulit) dalam Syiar.

Mengapa kemasan atau kulit juga menjadi penting, ini bisa kita lihat dari hasil yang didapat oleh *Yankelovich*, sebuah firma yang meneliti periklanan, mereka mendapatkan bahwa diperkirakan penduduk di Amerika rata-rata terpapar sekitar 2000 pesan iklan per hari di tahun 1997, dan pada 2007 meningkat menjadi 5000 pesan iklan perhari. Itu baru hitungan pesan iklan, bagaimana dengan zaman sekarang di dunia sosial media dimana kita dipaksa menerima berbagai pesan

termasuk iklan dengan dengan beragam kontennya? Kesimpulannya, benak kita dibanjiri oleh pesan-pesan setiap harinya.

Syiar merupakan faktor penting dalam penyampaian informasi yang bersifat pengetahuan umum maupun spesifik, dapat disimpulkan bahwa masa kini penyampaian informasi dapat dikemas dengan sesuatu yang menarik dan mampu menampilkan sebuah citra dari informasi yang akan disampaikan. Perkembangan yang terjadi yakni berbagai media penyampaian, terbentuk dari hal minat dari calon audience atau audience. Pentingnya kemasan ketika penyampaian informasi tersebut menjadi faktor penentu dalam seni visual.

Tak dipungkiri lagi, manusia adalah makhluk Visual. Bagi sebagian besar kita, gambar lebih menarik daripada sekedar kata-kata. Gambar lebih berarti daripada 1000 kata, begitu ungkapan yang sering kita dengar. Dr. Lynell Burmark, seorang konsultan pendidikan yang mandalami literasi visual menyampaikan, gambar disisi lain langsung menuju kepada memori jangka panjang, dimana ia akan terukir dan sulit terhapus.

Pada penelitian ini penulis ingin mengkaji sebuah logo dari sebuah komunitas, yakni komunitas Indonesia Syiar Network melalui pendekatan Semiotika. Pendekatan ini menekankan pada tanda-tanda yang disertai maksud *(signal)* serta berpijak dari pandangan berbasis pada tanda-tanda yang tanpa maksud *(symptom)*. Karya desain komunikasi visual mempunyai tanda yang ber-signal dan bersymptom, dan dalam memaknai karya DKV kita harus mengamati ikon, indeks, symbol, dan kode yang menurut Barthes adalah cara mengangkat kembali fragmen-fragmen kutipan (Zoest, 1993:39-42)

Sebab esensi membongkar makna karya DKV dapat dilihat dari adanya hubungan antara gejala struktural yang diungkapkan oleh tanda dan gejala yang ditunjukkan oleh acuannya. Hasilnya akan dapat dilihat dan diketahui bagaimana tanda-tanda tersebut.

Merujuk teori Pierce (North, 1995:45), tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan ke dalam ikon, indeks, dan symbol. Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilkannya. Dapat pula dikatakan, ikon adalah tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkan. Misalnya, foto Sri Sultan Hamengku Buwono X sebagai Raja Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat adalah ikon Sultan.

Logo adalah lambang atau simbol khusus yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi. Sebuah logo bisa berupa nama, lambang atau elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan kompetitor/pesaing. Dalam penelitian ini penulis ingin menguraikan tanda-tanda visual yang ada dalam sebuah logo *Indonesia Syiar Network*. Logo menjadi salah satu komponen komunikasi visual yang banyak digunakan oleh entitas besar untuk membentuk posisi tawarnya. Termasuk organisasi *Indonesia Syiar Network*. *"The Logo is immediately identifiable with the brand. That's the power of a logo* (Logo akan langsung mengidentifikasi dirinya dengan merek, itulah kekuatan dari logo)" (Hardy, 2011, hal. 3).

Tulisan ini membahas tentang logo organisasi dibidang keagamaan yang memenuhi standar komunikasi visual. Tujuannya adalah sebagai referensi membuat dan membentuk logo yang memiliki konsistensi merek di kalangan masyarakat khususnya dibidang Syiar Islam, agar konsistensi merek tentang organisasi keislaman tetap terjaga.

Indonesia Syiar Network adalah organisasi relawan berbasis relawan nirlaba atau organisasi non profit adalah suatu organisasi yang bersasaran pokok untuk suatu tujuan yang tidak komersil, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba yang bertujuan untuk mendukung Syiar dari Islam melalui media dakwah yang tidak konvensional. Hal ini bertujuan untuk menjadi bagian

dari gerakan pencerahan demi kualitas kehidupan spiritual yang lebih baik. Misi dari *Indonesia Syiar Network* adalah :

- untuk menjadi organisasi dakwah yang menonjol, menarik, tidak konvensional yang memanfaatkan media digital di Indonesia dan di seluruh dunia.
- untuk menjadi media terobosan dalam keterlibatan orang-orang, seminar dan lokakarya.
- untuk membawa nilai-nilai kreatif dalam kegiatan dakwah.

Visi dari Indonesia Syiar Network :

- menjadi ikhlas sebagai hamba Allah
- untuk terus belajar Sunnah dan berkomitmen dalam belajar
- untuk memperluas persaudaraan dalam Islam
- membawa nilai-nilai bagi masyarakat Islam untuk mencapai kejayaan Islam

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis meyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1) Bagaimana unsur-unsur desain dalam logo Indonesia Syiar Network?
2) Bagaimana analisa makna visual pada logo Indonesia Syiar Network berdasarkan analisis Semiotika Roland Barthes?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah :

1) Mendiskripsikan unsur-unsur desain dalam logo *Indonesia Syiar Network*, apakah sudah efektif dan komunikatif, sehingga makna yang terkandung didalamnya tersampaikan kepada khalayak umum mengenai organisasi dibidang keagamaan.

2) Menganalisa makna visual logo *Indonesia Syiar Network* sebagai referensi membuat dan membentuk logo yang memiliki konsistensi merek di kalangan masyarakat khususnya dibidang Syiar Islam, agar konsistensi merek tentang organisasi keislaman tetap terjaga.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1) Untuk memperdalam ilmu identifikasi sebuah karya desain, mengetahui makna Logo yang ingin disampaikan oleh perancang.
2) Dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang Logo dan pembelajaran unsur desain visual.
3) Mengetahui pengaruh Logo terhadap penggunanya di masyarakat.
4) Dapat membedah makna dari Logo *Indonesia Syiar Network.*
5) Memahami makna simbol dari identitas sebuah organisasi keagamaan.

E. Tinjauan Pustaka

Suatu penelitian diperlukan hasil penelitian terdahulu yang serupa atau berkaitan dengan apa yang sedang di bahas untuk mendapatkan gambaran dan referensi yang akan di teliti.

Dari penelitian Eny Suparny (2011) penulis menemukan beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan seperti yang di kemukakan oleh Eny bahwa Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang suatu tanda. Dalam setiap tanda atau simbol memiliki makna pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dan Teori yang dikembangkan oleh Roland Barthes memiliki peta tanda unsur yang saling berhubungan.. Unsur tersebut yaitu penanda (signifier), petanda (signified), serta penanda konotatif (conotative signifier), dan petanda konotatif (conotative signified). Jurnal dan skripsi yang mendukung penulisan ini antara lain adalah

a. Jurnal Studi Logo *Event* di Daerah (Kajian Ikono Grafi : Studi Kasus Logo Karya Z. Hanafi di Sumatra Barat)

Kajian ini di tulis oleh Arif Budiman dari Institut Senin Budaya Indonesia Aceh yang dipubliksikan pada tahun 2017. Jurnal ini membahas tentang penelitian karakter logo dari seorang desainer yang bernama Z. Hanafi desainer senior dari daerah Padang yang menghasilkan Logo di *event* – *event* ternama di Sumatra.

Jurnal ini menggunakan penelitian kualitatif pengumpulan menggunakan tehnik purposive sempling. Data yang digunakan adalah data yang memiliki kecenderungan yang diharapkan yaitu ungkapan daerah yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengurai logo dan menganalisis unsur – unsur daerah yang terdapat pada logo hasil karya Z. Hanafi.

Hasil dari analisis jurnal ini adalah logo hasil karya Z. Hanafi selalu kental dengan nuansa daerah Sumatra. Beliau selalu menyematkan simbol- simbol daerah pada setiap logo hasil karyanya.

Jurnal ini memiliki bahasan dengan tema yang serupa pada penelitian "Kajian Makna Visual Logo Indonesia Syiar Network". Manfaat jurnal ini terhadap penelitian skripsi ini adalah pemaparan informasi makna dari logo yang akan membantu penulis memahami tentang Logo sesuai dengan perkembang jaman dan fungsi dari sebuah logo untuk suatu publikasi.

b. Jurnal Studi Pemaknaan Logo Baru PT. PEGADAIAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF TEORI OSGOOD

Studi ini ditulis oleh Marianty Situmorang, Fitri H. Oktaviani, Diyah A.A. Avina Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang. Jurnal ini membahas tentang pemaknaan logo bagu PT Pegadaian. PT. Pegadaian merupakan PT. yang menawarkan jasa gadai terbesar di Indonesia, untuk mempertahankan posisi tersebut PT. Pegadaian membutuhkan suatu

inovasi, ide, kreativitas, dan penanaman kepercayaan konsumen. Salah satu cara yang dilakukan adalah melakukan perubahan Logo agar lebih memperkuat karakter dan

dapat mempertahankan dan meningkatkan eksistensi dari pesaingan industri gadai yang terdapat di Indonesia.

Kajian ini membahas perubahan Logo yang dilakukan oleh PT. Pegadaian melalui perspektif teori OSGOOD. Teori Osgood adalah sebuah teori pemaknaan yang berlandaskan pada tradisi sosiopsikologis (Littlejohn, 2009, h. 189). Teori dari tradisi sosiopsikologis berfokus pada bagaimana pelaku komunikasi mengatur pesan. Konsisten dengan karya yang berdasarkan sosiopsikologis, penelitian dan teori dari karya ini cenderung kognitif dalam berorientasi serta menjelaskan bagaimana manusia menyatukan informasi dan perencanaan pesan.

Jurnal ini menghasilkan suatu kesimpulan bahwa sebuah Logo dapat memuat unsur makna, nilai dan citra dari suatu perusahaan yang ingin disampaikan kepada konsumen atau masyarakat umum. Dan pesan – pesan yang terdapat pada Logo melaui bentuk, font, warna dapat di maknakan
bermacam–macam oleh konsumen.

Jurnal ini meneliti pemaknaan Logo dari perspektif teori OSGOOD yang dapat menambah pandangan ilmu tentang pesan – pesan yang terdapat pada Logo dan cara penelitian dengan unsur yang berbeda.

Manfaat jurnal ini terhadap penelitian skripsi "Kajian Makna Visual Logo Indonesia Syiar Network" adalah memberikan informasi tentang logo sebagai sebuah identitas. Bahwa logo merupakan bagian dari sebuah brand yang menampilkan tampilan grafis dari nama merek atau perusahaan (Hawkes, 2004).

c. Skripsi Studi Prinsip Desain pada Logo PT. Raja Grafindo Persada

Skripsi ini disusun oleh Rofi Driyas Prasentatyo Program Studi DKV USAHID 2016. Skripsi ini meneliti bagaimana unsur–unsur desain yang terdapat pada logo PT. Raja Grafindo Persada dan pengaruh Logo pada konsumennya.

Dalam susunan bahasan dari skripsi ini Rofi Driyas Prasetyo menguraikan unsur – unsur yang terdapat pada logo PT. Raja Grafindo menggunakan teori prinsip desain berdasarkan unsur Desain Komunikasi Visual dan mengurakan kegunaan dan

manfaat desain yang berdapak terdapat konsumen. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui prinsip dan unsur desain serta
makna pada Logo PT. Raja Grafindo Persada. Dalam penelitiannya penulis skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan beberapa tehnik pengumpulan data. Tehnik pengumpulan data yang dilakukan antara lain adalah wawancara dan Observasi.

Dalam skripsi ini ada bagian sudut pandang yang dianggap sama adalah rumusan masalah yaitu mengenai analisis makna yang terdapat pada Logo. Manfaat dari skripsi ini dalam penelitian adalah teori metode kualitatif yang digunakan. Teori metode kualitatif yang digunakan dapat membatu penulis dalam menentukan langkah metode yang akan dilakukan untuk menunjang kelancaran skripsi.

d. Skripsi Analisis Makna Unsur Rupa Logo Syarikat Dagang Kauman (SDK) Surakarta.

Skripsi ini dibuat oleh Subhan Yulianto pada 2014, penelitian ini meneliti tentang bagaimana unsur-unsur visual yang terdapat pada Logo Syarikat Dagang Kauman dan makna-makna yang terdapat pada Logo SDK.

Tujuan dari dibuatnya skripsi ini adalah untuk mengetahui aspek pertimbangan dalam pemilihan penggunaan unsur – unsur visual pada Logo SDK dan makna yang terdapat pada logo. Metode penelitian yang digunakan pada skripsi ini menggunkan metode kualitatif dengan menggunakan sumber data primer, sumber data sekunder, wawancara, dokumen dan observasi.

Skripsi ini bermanfaat dalam pengerjaan, skripsi "Analisa Makna Visual Logo Indonesia Syiar Network Dengan Metode Semiotika" membantu memberikan literasi tentang unsur unsur visual yang terdapat pada penciptaa sebuah Logo.

F. Landasan Teori

Landasan teori yang diambil merupakan kumpulan dari literasi-literasi buku yang mendukung proses penelitian Analisa Makna Visual Logo Indonesia Syiar Network Dengan Metode Semiotika. Buku-buku tersebut harus berkaitan dengan

Desain Komunikasi Visual, Desain Logo, serta teori semiotika Barthes. Antara lain yaitu Desain Komunikasi Visual dasar- dasar panduan untuk pemula (2014), Mendesain Logo (2009), Pengantar Desain Komunikasi Visual (2007), Ada Mitos dalam DKV (2011), Semiotika Komunikasi Visual (2009), Cara mudah untuk menyusun Skripsis, Tesis, dan Disertasi (20014), DEKAVE (2015), Roland Barthes Elemen-Elemen Semiologi (2017). Selain buku - buku tersebut juga didukung oleh beberapa literasi dari skripsi-skripsi yang dirasa penulis mendukung dari teori.

1. Pengertian Semiotika

Semiotika berasal dari kata Yunani : Semeion yang berarti tanda. Secara terminologi semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini melihat bahwa fenomena sosial yang terjadi di dalam masyarakat dan kebudayaan itu merupakan bentuk dari tanda-tanda. Semiotika juga mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang mungkin tanda-tanda tersebut memiliki arti.

Sekumpulan teori tentang bagai mana tanda- tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, dan kondisi diluar tanda- tanda itu sendiri. (*Littlejohn*, 2009:53).

Bagi *Pierce* yang ahli filsafat dan Logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda (*Berger*, 2000 : 11- 22).

Semiotika menurut *Saussure* didasarkan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, di belakangnya harus ada sistem pembedaan dan konversi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda disitu ada sistem (*Hidayah*, 1998 : 26).

Pierce, berpendapat bahwa tanda (*representanment*) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas – batas tertentu (*eco*, 1979:15). Tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh *Pierce* disebut objek (denotatum). Mengacu berarti mewakili atau menggantikan. Tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui

interpretantt. Jadi *interpretantt* 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 dikemukanan *Pierce* terkenal dengan nama segi tiga *semiotic*.

Selanjutnya dikatakan, tanda dalam hubungan dengan acuannya dibedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks, dan simbol. Ikon, indeks, dan simbol merupakan perangkat hubungan antara dasar (bentuk), objek (*referent*), dan konsep (*interpretantt* atau *reference*). Bentuk biasanya menimbulkan persepsi dan setelah dihubungkan dengan obyek akan menimbulkan *interpretant*. Proses ini merupakan proses koknitif dan terjadi dalam memahami pesan iklan.

2. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes semiotika merupakan sebuah system tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Menunjukan bagaimana aspek denotative tanda-tanda dalam budaya pop yang menyingkirkan konotatif (mitos-mitos) yang dibangkitkan oleh system tanda yang lebih luas yang membentuk masyarakat (Roland Barthes, 1915-1980).

Menurut *Barthes* semiotika terdiri dari makna denotasi dan konotasi. Dalam istilah yang digunakan oleh *Barthes*, konotasi digunakan untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda dalam tatanan petandaan kedua. Maka walaupun pemikiran *Saussure* diteruskan oleh *Roland Barthes*, namun dia lebih menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultur penggunaanya. *Barthes* memiliki lima kode yang dikelompokan, yaitu :

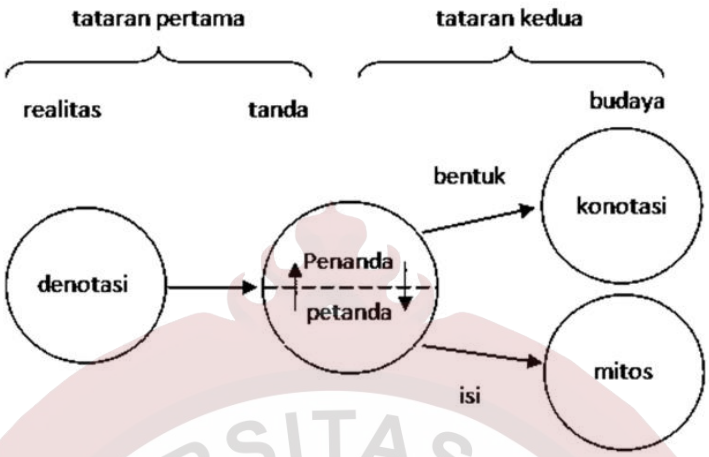
a) Kode *Hermeneutik,* yakni kode teka-teki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan “kebenaran/jawaban” bagi pertanyaan yang muncul dalam teks.
b) Kode *Sematik,* yakni kode konotatif banyak menawarkan banyak sisi. Kode yang mengandung konotasi pada level penanda. Maksudnya tanda-tanda yang

ditata sehingga memberikan suatu konotasi maskulin, feminine, kebangsaan, kesukuan, atau loyalitas.

c) Kode *Simbolik*, yakni didasarkan pada gagasan bahwa makna berasal dari beberapa oposisi biner atau pembedaan baik dalam taraf bunyi menjadi fenem dalam proses produksi wicara, maupun pada taraf oposisi psikoseksual yang melalui proses.
d) Kode *Proaretik*, yakni kode tindakan dianggapnya sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang.
e) Kode *Gnomik*, yakni banyaknya kode kultural.

Bagi *Barthes* faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama. Penannda dalam tatanan pertama merupakan tanda konotasi (Ada Mitos Dalam DKV, 2015: 7). Jika teori itu dikaitkan dengan desain komuniakasi visual, maka setiap pesan DKV merupakn pertemuan antara lapisan ungkapan dan lapisan makna. Lewat unsur verbal dan visual (nonverbal), diperoreh dua tingkatan makna, yaitu makna denotatif yang didapat pada semiosis tingkat pertama dan makna konotatif yang didapat dari semiosis tingkat berikutnya. Pendekatan semiotik terdapat pada tingkat kedua atau pada tingkat *signified*, makna pesan dapat dipahami secara utuh (*Barthes*, 1998 : 172- 173)

Sedangkan makna denotasi menurut Barthes adalah tatanan yang menggambarkan relasi antara penanda dan petanda di dalam tanda. Serta antara tanda dengan referennya (pemikiran) dalam realitas eksternal. Pola pikir ini merupaka landasan dari Saurssure, yang mrnurut Barthes sebagai denotasi. Hal ini mengacu pada anggapan umum, makna jelas tentang tanda. (Ada Mitos Dalam DKV, 2015: 5)



Gambar 1.1 Bagan Roland Barthes

Sumber : Semiotika Komunikasi Visual

Pendekatan ini menekankan pada tanda-tanda yang disertai maksud (signal) serta berpijak dari pandangan berbasis pada pada tanda-tanda yang tanpa maksud (symptom). Karya desain desain komunikasi visual mempunyai tanda yang ber-signal dan ber-sympton, dan dalam memaknai karya DKV kita harus mengamati ikon, indek, simbol, dan kode yang menurut *Barthes* adalah cara mengangkat kembali fragmen-fragmen kutipan (Zoest, 1993:34-42).

Semiotika dalah ilmu yang mempelajari tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikatif. Ia mampu menggantikan sesuatu informasi sehingga bersifat komunikatif.

3. Logo

Logo atau tanda gambar *(picture mark)* merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logo type* atau tanda kata *(word mark)* merupakan nama lembaga, perusahaan atau produk yang ditampilkan dalam bentuk tulisan yang kusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial. (Pengantar Desain Komunikasi Visual:232)

Logo dapat dipahami sebagai sebuah pakaian, identitas dapat dilihat dari unsur pakaiannya. Logo yang baik akan dapat mencerminkan jenis usaha atau bidang yang digeluti oleh pemiliknya berdasarkan idiom-idiom grafis yang telah dikenal oleh publik. Pada prinsipnya logo adalah simbol yang mewakili wajah dan eksisitensi suatu perusahaan atau produk perusahaan.

Selain citra perusahaan Logo juga sering dibangun sebagai spirit internal diantara komponen yang terdapat didalam perusahaan tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan menimbulkan sugesti yang kuat, membangun 16 kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga image perusahaan pemilik logo tersebut.

a. Klasifikasi Logo

Apapun bentuk dan cara pengkategorian logo, untuk mudahnya kita hanya perlu mengetahui dua hal sederhana yaitu :

1) Bahwa dilihat dari segi konstruksinya, logo pada umumnya terbagi menjadi tiga jenis, yaitu :
   a) *Picture mark* dan *letter mark*, elemen gambar dan tulisan saling terpisah.
   b) *Picture mark* sekaligus *letter mark*, biasa disebut dengan gambar biasa juga disebut tulisan atau saling berbaur.
   c) *Letter mark* saja, elemen tulis saja
2) Bahwa logo apapun, semua dibentuk dari *basic shape/primitive shape* atau bentuk-bentuk dasar. Kemudian beberapa *basic shape*, apabila saling bergabung dapat membentuk dua jenis obyek yang lebih kompleks yang kita kenal dengan gambar dan huruf.

b. Kriteria Logo

Berdasarkan fungsi dasar logo, maka kriteria utama yang tidak dapat dipungkiri adalah:

1) Harus Unik. Mencerminkan dan mengangkat cerita entitasnya sekaligus membedakannya dengan yang lain.

2) Harus dapat mengakomodasi dinamika yang dialami entitasnya dalam jangka waktu selama mungkin. Artinya logo harus fleksibel sekaligus tahan lama.

c. Identitas Visual Logo

1) Nama

Nama pada identitas perusahaan maupun produk, nama menjadi atribut identitas yang membentuk *brand image* awal. Semua atribut seperti logo, tipografi, warna, image, dan lain-lain dibagun berpijak pada nama. Oleh karena sangat pentingnya, pencarian dan pilihan nama membutuhkan proses yang tidak mudah.

2) Logo

Jelas bahwa logo merupakan atribut paling utama yang terlihat secara fisik, seperti layaknya wajah pada manusia. Melalui logo, tergambar semua atribut non fiksi lainnya sebagai jiwa dari entitas tersebut, yaitu: visi dan misi, *corporate culture*, dan seluruh kepribadian. Karena itu pencarian ide logo harus berdasarkan kepribadian entitas tersebut. Jadi yang tampak di permukaan benar – benar berasal dari dalam dirinya.

3) Warna

Warna merupakan salah satu hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam pemilihannya. Disadari atau tidak, warna memainkan peran yang sangat besar dalam pengambilan keputusan saat membeli barang. Warna juga dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, menggambarkan citra sebuah perusahaan dan lainnya.

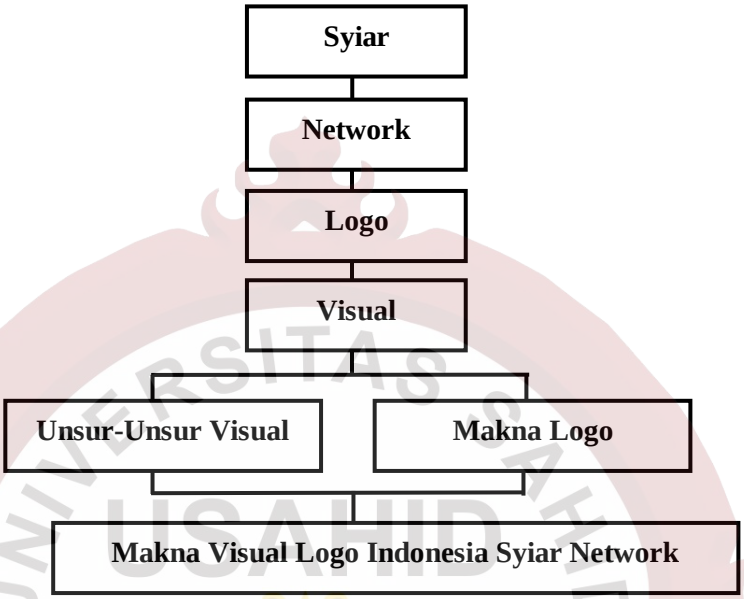
4) Tipografi

Sama halnya dengan warna, tipografi yang dibahas dalam hal ini ada dua macam, yaitu tipografi dalam logo *(letter marks)*, dan typografi yang digunakan dalam media – media aplikasi logo *(corporate typography)*. Pemilihan font pada logo tidak berdasarkan selera/kesukaan semata. Masing-masing jenis huruf, seperti elemen identitas lainnya, memebawa sifat dan maknanya sendiri-sendiri. Makan pemilihan font harus berdasarkan riset yang mendalam.

5) Elemen Gambar

Yang termasuk dalam elemen gambar disini adalah foto, *artworks, infographics* dan lain-lain yang memeperkuat kesan terhadap kepribadian brand. Elemen gambar berupa *infographics* merupakan bagian dari identitas visual yang berfungsi memberikan informasi tambahan. *Unity* tidak hanya berlaku pada identitas visual yang utama, seperti pada logo, warna dan tipografi saja. Seluruh identitas visual termasuk *infographic* sebaikanya juga didesain dalam satu kesatuan sistem yang konsisten.

d. Kerangka Berfikir



Gambar 1.2 Kerangka Berfikir
Sumber : Reza, 2022

G. Metode Penelitian

Penulisan Kajian makna visual logo Indonesia Syiar Network ini penulis menggunakan beberapa metode dalam penelitian. Antara lain sebagai berikut :

1. Jenis Penilitian

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistic atau bentuk hitungan lainnya.

Metode kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pengertian atas subjek dari pandangan subyek itu sendiri. Akibatnya, pendekatan riset ini mempersyaratkan adanya seperangkat asumsi yang berbeda halnya dengan

apabila prilaku manusia didekati dengan tujuan untuk mendapatkan fakta-fakta dengan sebab-sebabnya (Bogdan , Biklen. 1982)

Penelitian kualitatif memusatkan pada deskripsi. Karya kualitatif melibatkan peneliti ontologis. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata dalam kalimat atau gambar yang memiliki arti lebih dari sekedar angka atau jumlah. Berisi catatan-catatan yang meggambarkan situasi sebenarnya guna mendukung penyajian. Dalam mencari berbagai pengertian penelitian kualitatif tidak memotong data-data dengan symbol-symbol angka. Peneliti mencoba menganalisis data dengan apa adanya data yang telah diperoleh, sedekat mungkin dengan bentuk yang diperoleh dari nara sumber.

Penelitian kualitatif mengarahkan hal secara dekat, dan pada hal-hal kekinian. Kepentingan pokok diletakan pada kepentingan dunia aslinya, bukan sekedar laporan yang ada (Van Maanen etla.1984, Van Maanen. 1985)

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneiti adalah sebagai instrumen kunci, tehnik pengumpulan data dilakukan pada trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Kriteria data dalam penelitian adalah data yang pasti atau data yag sebenarnya terjadi sebagai adanya, bukan data yang terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung makna dibalik yang terlihat dan terucap tersebut. Dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data tidak dipadukan oleh teori, tetapi dipadukan oleh fakta-fakta yang ditemukan pada lapangan. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2014 : 1)

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian berada di Jl. Tebet Dalam IV D No.98, RT.20/RW.1, Tebet Barat, Jakarta, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12810

2. Sumber Data

a) Narasumber

Narasumber yang disasar adalah dari 2 sudut pandang. Informasi narasumber dapat dilakukan melalui wawancara dengan *founder* organisasi Indonesia Syiar Network, Ibu Ria R. Christiana, yang bertempat tinggal di DKI Jakarta.

b) Pustaka

Literasi yang akan di gunakan adalah yang didapat dari buku–buku tentang logo, Desain komunikasi visual, buku semiotika.

c) Dokumentasi

Dokumentasi disini adalah berupa logo dari organisasi Indonesia Syiar Network.

Gambar 1.3 Logo Indonesia Syiar Network

Sumber : Dokumen Indonesia Syiar Network

4. Tehnik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Wawancara adalah salah satu sumber informasi penelitian yang sangat penting. Kebanyakan wawancara dalam penelitian kualititatif bersifat *open-ended* dan dilakukan secara informal, berguna menanyakan suatu pendapat narasumber tentang suatu peristiwa tertentu. Dalam hal – hal tertentu seorang peneliti dapat menanyakan pandangan narasumber tentang banyak hal yang sangat dibutuhkan untuk menggali data lebih jauh. (Sutopo, Heribertus. 1988: 24)

Tehnik wawancara ini merupakan tehnik yang paling banyak digunakan dalam peelitian kualitatif, terutama pada penelitian lapangan. Secara umum kita mengenal ada dua jenis tehnik wawancara, yaitu wawancara 24 terstruktur yang banyak dilakukan dalam penelitian kualitatif, dan wawancara tidak terstruktur yang disebut wawancara mendalam.

b) Pustaka

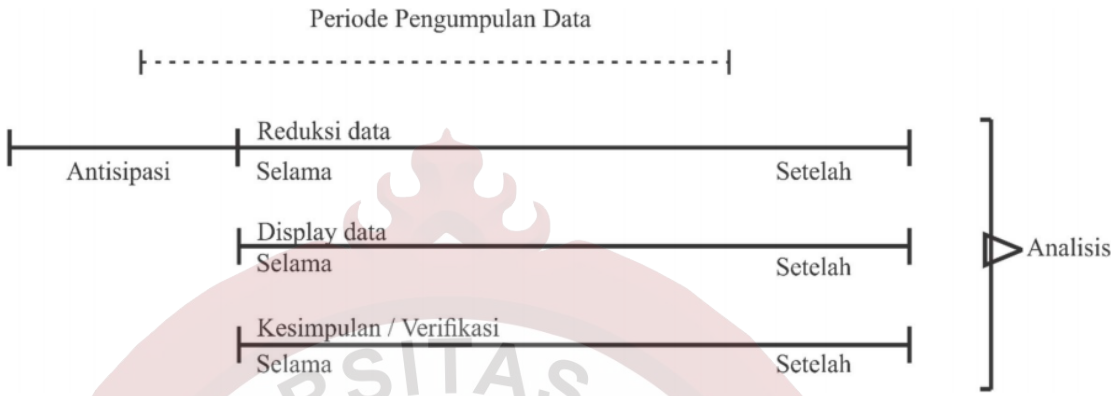
Pengumpulan data secara pustaka dilakukan untuk mendukung data secara literasi. Mencari kebutuhan observasi secara tertulis dengan literasi yang ada dan tercatat.

c) Dokumentasi

Dukumentasi yang berupa logo Indonesia Syiar Network didapat melalui data file yang dimiliki oleh Indonesia Syiar Network sebagai organisasi yang memiliki logo tersebut.

5. Validasi Data

Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisa data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh aktifitas tersebut adalah reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *conclusion drawing*/ verification (Sutopo : 1988, 34)



Gambar 1.4 *Flow Model Of Analysis*

Sumber : Sutopo Heribertus. 1988 :37

a) Reduksi Data (data reduction)

Reduksi data adalah analisis data yang dilakukan dengan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang diperoleh di lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberika gambaran yang lebih jelas, dan memper mudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya (Sutopo. 1988: 34)

b) Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Miles dan Huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif (Sutopo. 1988:35)

c) *Conclusion drawing/verification*

Dari data yang diperoleh, kemudian dikategorikan, dicari tema dan polanya kemudian ditarik kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan

bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Sutopo. 1988:36)

H. Sistem Penulisan

Penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab dimana masing-masing bab memiliki isi dan uraian tersendiri, namun begitu setiap bab memiliki keterkaintan dalam pembahasannya dan saling mendukung satu sama lainnya. Adapun gambarannya akan penulis uraikan sistematisnya sebagia berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisis tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, landasan teori, tehnik pengumpulan data, dan sisitematika penelitian.

BAB II IDENTIFIKASI DATA

Berisi tentang identifikasi organisasi yaitu sejarah terbentuk, struktur organisasi, visi dan misi organisasi, kegiatan Syiar yang dilakukan.

BAB III ANALISIS LOGO

Berisi tentang hasil penelitian analisis unsur visual logo Indonesia Syiar Network.

BAB IV HASIL PENELITIAN MAKNA LOGO

Berisi tentang laporan hasil penelitian yang dilakukan tentang makna yang terdapat pada logo Indonesia Syiar Network berdasarkan teori semiotika Rowland Barthes.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang laporan hasil penelitian yang dilakukan tentang makna yang terdapat pada logo Indonesia Syiar Network berdasarkan teori semiotika Roland Barthes.