



SEMIOTIKA ROLAND BARTHES SEBAGAI PENDEKATAN UNTUK MENKKAJI LOGO KANTOR POS

Ahmad Riyadi Swandhani^{1*}, Deddy Wahjudi², Lukitaningsih³

*Progam Studi Magister Desain
Insitute Teknologi Bandung^{1,2}*

*Jl. Ganesa No.10, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Kode Pos 40132,
Jawa Barat. Indonesia*

*Progam Studi Pendidikan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Medan³*

*Jl. Willem Iskandar Pasar V Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Kode Pos 20371
Sumatera Utara. Indonesia*

Email: ahmadriyadiswan@gmail.com

Abstrak

Semiotika merupakan Bahasa tanda, semiotika banyak digunakan sebagai alat untuk menerjemahkan sesuatu, salah satunya ialah logo kantor pos, tujuan penelitian ini ialah melihat bagaimana Bahasa semiotika yang di kembangkan oleh roland barthes ini, dapat merepresentasikan logo kantor pos yang berupa burung dan garis Tarik serta warna yang tersatukkan , roland barthes ber teori semiotika ialah antara tanda dan pertanda, disamping itu juga ada tingkatan dalam pemaknaan dari teori semiotika ini, pendekatan penelitian ini ialah Analisis semiotika adalah teknik analisis data kualitatif yang tujuannya untuk menemukan atau menganalisis secara sistematis simbol atau tanda dalam sebuah teks, dari hasil peneltian ini terdapat distorsi pada mitos, sebagai penanda ialah burung merpati yang memiliki makna atau pertanda burung memiliki mitos yang kuat ikatannya sebagai alat pengiriman surat pada zaman sejarah, sehingga penggunaan semiotika roland barthes dapat menganalisis Bahasa semiotika dari sebuah logo kantor pos, hal yag harus ditekankan ialah pentingnya peran dari pembaca, dalam artian pemaknaan suatu karya tergantung dari personal yang tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor baik internal ataupun eksternal.

Kata Kunci: semiotika, roland barthes, kantor pos.

Abstract

Semiotics is a language of signs, semiotics is widely used as a tool to translate something, one of which is the post office logo, the purpose of this study is to see how the semiotic language developed by Roland Barthes can represent the post office logo in the form of a bird and lines and colors. unified, Roland Barthes theorized semiotics is between signs and signs, besides that there are also levels in the meaning of this semiotic theory, this research approach is Semiotic analysis is a qualitative data analysis technique whose goal is to find or systematically analyze symbols or signs in a text , from the results of this study there is a distortion of myth, as a marker is a dove which has a meaning or a sign that a bird has a strong myth as a means of sending letters in historical times, so that the use of Roland Barthes' semiotics can analyze the semiotic language of a h the post office logo, the thing that must be emphasized is the important role of the reader, in the sense that the meaning of a work depends on the person who is of course influenced by many factors both internal and external.

Keywords: semiotics, roland barthes, post office.

PENDAHULUAN

Mendengar kata *logo*, kita pasti pernah mendengar dan melihatnya, namun belum tentu bisa mendeskripsikannya. *Logo* adalah sebuah gabungan warna dan bentuk dan menjadi sebuah gambar atau tanda serta memiliki arti tertentu, yang menjadi *icon* atau tanda dari sebuah badan, lembaga, perorangan, atau umkm. *Logo* juga dapat diterapkan sebagai pengenalan atau *icon* dari sebuah merek, sebagai tanda agar lebih mudah untuk diingat, dan *logo* juga dapat

mewakili suatu lembaga atau usaha. menunjukkan profil usaha secara berkesan dengan simbol sederhana. Setiap lembaga atau perusahaan hampir me-*redesign* *logonya*, seperti Facebook, Instagram dan lainnya, agar terlihat indah, tujuan dan harapan yang memudahkan untuk diingat, namun tetap menyesuaikan zaman dan memliki bahasa tersirat tentu *logo* tidak hanya seputar gambar, melainkan ada bahasa ataupun tanda yang ingin diperlihatkan kepada publik atau dunia.





Logo merupakan bagian dari lambang yang dikaitkan dengan semiotika. Semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda, yang diartikan sebagai ilmu atau metode analisis untuk menelaah suatu tanda. Tanda-tanda merupakan sistem yang digunakan dalam usaha mencari jalan di dunia ini, dengan manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika pada dasarnya berupaya memahami proses manusia memaknai hal-hal yang dilihatnya, dalam *element* bahasa serta pemaknaannya yang merupakan element kunci dalam semiotika.

Bahasa adalah kumpulan atau himpunan dari suatu unsur, komponen yang saling berikatan dalam hal ini komunikasi manusia yang diwakili oleh susunan terstruktur representasi fonetis atau tertulis yang membentuk unit yang lebih besar seperti morfem, kata, dan kalimat Richards et al (1985:17) dalam semiotika sosial, bahasa adalah seperangkat semion sosial yang sedang menentukan kenyataan, pengalaman dan logika, realitas sosial, dan realitas semiotik/symbol. Dalam konsep ini, bahasa adalah ranah ekspresi dan kemungkinan makna yang sama. Pada saat yang sama, konteks situasional dan konteks budaya merupakan sumber makna. Makna adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dan memiliki muatan atau arti dari semantik dan termaksud dalam aktivitas. Semiotik didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada di belakang sistem pembedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda, di sana ada sistem (Saussure, 1988: 26).

Dalam proses komunikasi, pesan mengandung pikiran, ide atau gagasan, perasaan yang disampaikan oleh pembawa pesan kepada medium dalam bentuk simbol. Simbol adalah bentuk gambar yang digunakan untuk mewakili tujuan tertentu, seperti kata-kata verbal atau tertulis atau simbol non-verbal yang diwakili oleh gerakan tubuh / anggota tubuh, warna, objek, gambar, pakaian, dan lainnya. yang ingin dipahami secara konotatif (Liliweri, 2003: 28).

Makna menyiratkan pembahasan yang lebih dalam tentang bagaimana objek tidak hanya membawa informasi, tetapi ketika objek ingin berkomunikasi, mereka membentuk sistem tanda yang terstruktur, studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, fungsinya, hubungannya dengan tanda lain, transmisi dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya. Studi tentang sistem, aturan, dan konvensi yang memungkinkan tanda-tanda ini memiliki makna yang disebut semiotika (Mudjiyanto, 2013: 73-82).

Menurut Roland Barthes (1967) analisis tanda berdasarkan sistem atau kombinasi yang lebih besar ini mencakup apa yang disebut aturan kombinasi (*rule of combination*) yang terdiri dari dua sumbu, yaitu sumbu paradigmatic, atau perbendaharaan tanda atau kosa kata tanda atau kata seperti kamus, dan sumbu syntagmatic yaitu cara pemilihan dan penggabungan tanda-tanda berdasarkan kaidah (*rule*) atau kode tertentu, atau kode yang bermakna untuk memperoleh ungkapan (Barthes, 1967:125).

Teori semiotik ini sangat penting untuk diketahui karena sastra memiliki sistem bahasa yang berupa lambang atau tanda, oleh karena itu, bahasa yang disajikan dalam karya sastra bukanlah Bahasa biasa melainkan bahasa yang sarat dengan penanda dan petanda.

Menurut Lustyantje (dalam Saussure, 1972: 33) semiotika berperan penting dalam menginterpretasikan banyak hal. Mempelajari tanda berarti mempelajari bahasa dan Budaya. Pada tataran *practical*, semiotika dapat digunakan sebagai alat dalam analisis karya sastra asing, penciptaan karya tersebut, pembentukan karya, dan pencatatan kode kode, apabila dilihat secara sekilas akan tidak memiliki arti apapun.

Pada perkembangannya, Menurut Tinarbuko (2008: 52-54) Roland Barthes mempelajari teori Saussure sebelumnya tentang semiotik yang menurut Barthes disebut semiology, namun perbedaannya terdapat pada pemaknaan lebih dalam dengan pengaruh pribadi pembaca, tidak hanya itu Barthes juga beranggapan bahwa sebuah tanda memiliki tingkatan dan pemaknaan yang disebut konotatif dan denotatif serta memiliki jejak waktu, yaitu tentang sosial dan budaya. Maka kajian menggunakan teori Barthes ini menjadi menarik dikarenakan asumsi dari pembaca sangat mempengaruhi pemaknaan dan juga menambah penafsiran.

Menurut Khairi (2022:138-146) sebuah karya yang dianalisis secara deskriptif tidak menjelaskan secara lisan, baik secara tertulis maupun lisan, gambaran indrawi karya seni, yang disajikan sesuai dengan impresi penikmatnya, pada tahap ini merupakan interpretasi yang menjelaskan makna seni, menafsirkan tema yang mendasari karya seperti unsur psikologis, latar belakang, sosial budaya, ide, ideologi dan sejarah.

Artikel ini membahas dan mengkaji lambang kantor Pos Indonesia dengan pendekatan teori semiotika





Roland Barthes. *Logo* kantor Pos Indonesia yang dikaji bergambar: 1) Seekor merpati terbang yang melihat ke depan dengan sayap bergaris lima kecepatan. 2) Globe mewakili peran perusahaan sebagai penyedia layanan. 3). Tulisan “POS INDONESIA” memberikan ciri perusahaan kelas dunia. 4) Warna *logo* oranye Pos dan warna abu-abu Pos.

Menurut Piliang (2004: 306) Semiotika adalah hubungan bahwa jika tanda merupakan bagian dari kehidupan sosial, maka tanda juga merupakan bagian kehidupan sosial, maka tanda juga merupakan bagian dari aturan aturan sosial yang berlaku. Ada sistem tanda (*sign system*) dan ada sistem sosial, keduanya saling terkait. Maka semiotika, atau semiology dalam istilah Barthes, pada hakikatnya ingin mempelajari bagaimana manusia memahami sesuatu. Dalam hal ini, terjemahan tidak dapat mencampuradukkan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes dalam Sobur, 2013:15).

Sederhananya, menurut Barthes (2001: 119) mengemukakan tanda adalah gabungan dari dua klasifikasi yaitu penanda dan petanda. Penanda (*signifier*) Merupakan objek (berwujud) yang bermakna secara harfiah. Pertanda (*signified*) Merupakan konsep atau pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca. Teori Barthes menitikberatkan pada gagasan tentang dua tingkatan makna, yaitu label dan implikasi. Denotasi adalah definisi objektif dari kata tersebut, sedangkan implikasi adalah makna subjektif atau emosional. Tanda merupakan salah satu aspek dari ilmu semiotik yang mengidentifikasi objek atau suatu moment untuk menjelaskan atau menginformasikan tentang objek. Artinya, tanda selalu menceritakan atau berkomunikasi dengan sesuatu yang nyata misalnya benda, peristiwa, tulisan, bahasa, perbuatan, peristiwa dan bentuk tanda lainnya. Lambang adalah sesuatu tanda pengenal atau identitas yang dalam kondisi yang memandu pemahaman orang pertama atau pelaku terhadap simbol sesuatu objek. Relasi diantara pelaku dan objek memiliki makna tersirat dalam pemahaman yang berarti. Simbol selalu dikaitkan dengan tanda-tanda yang diberi ciri budaya situasional dan kondisional.

Dinamisme, khusus, subyektif, kelas dan kiasan biasa digunakan pada sudut pandang simbol dalam melihat tanda. Simbol warna, simbol objek, simbol bunyi, simbol suasana hati, simbol bunyi, dan simbol piktorial imajinatif yang berasal dari penamaan ekspresi wajah,

atau tipografi dapat kita jumpai pada Karya sastra berupa fisik seperti puisi, fiksi, atau drama memiliki berbagai simbol, antara lain. Catatan atau gestur adalah masalah atau kondisi yang diajukan oleh subjek kepada objek. Dalam situasi ini, subjek selalu melakukan sesuatu untuk mengingatkan subjek informasi.

Menurut Zakiy (2020: 232-235) dalam membaca makna sebuah iklan dalam hal ini terdiri dari *logo* dan identitas, kita tidak harus mengenal siapa yang membuatnya, namun cukup mengetahui kapan dan dimana pembuatannya, akan sangat berpengaruh dalam mengartikan sebuah karya tersebut.

Sebuah gagasan selalu dibatasi oleh waktu. Saat anda berhenti menggunakannya, gerakan itu menjadi tanda atau simbol. Ketiganya yaitu, (tanda, simbol dan isyarat) memiliki kondisi perbedaan yang sangat kecil dalam bahasa, warna, dan lain-lain.

Menurut Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi (1980: 13) dalam bukunya berjudul *Sejarah Pos dan Telekomunikasi di Indonesia* menceritakan: G.W Baron van Imhoff sebagai Gubernur Jenderal mendirikan kantor pos pertama di Batavia (sekarang Jakarta) pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia sangat lama dengan tujuan untuk menjamin keamanan pendirian departemen pers, terutama yang menghasilkan mereka. Bisnis dari kantor di luar Jawa dan orang-orang berpergian ke ataupun dari Belanda. Sejak saat itu, Pos telah mengemban peran dan misi melayani Masyarakat. Setelah kantor-kantor Pos Batavia didirikan, kantor Pos Semarang didirikan empat tahun kemudian untuk menangani lalu lintas pos reguler antara kedua lokasi tersebut dan mempercepat pengiriman. Saat itu jalur Pos melewati Karawang, Cirebon, dan Pekalongan.

Seiring berjalannya waktu, Pos Indonesia mampu menunjukkan dalam mengembangkan industri Pos Indonesia kreativitasnya dengan memanfaatkan infrastruktur jaringannya yang mencapai sekitar 2000 (dua ribu) titik layanan, mencakup 100 persen kota/daerah, hampir 100 persen sub-daerah. Kabupaten dan 2 persen dari kelurahan/ desa di Indonesia dengan 90 slot penempatan ulang jarak jauh. Dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, Pos Indonesia sudah memiliki jaringan lebih kurangnya sebanyak 800 kantor Pos dan dilengkapi dengan komunikasi bergerak elektronik di beberapa kota besar. Semua titik adalah merupakan mata rantai yang senantiasa terhubung dan terintegrasi. Untuk memudahkan penggunaan surat, dibuatlah sistem kode



Pos dibuat, yang mana setiap jengkal wilayah Indonesia dapat dikenali dengan tepat.

Menurut Rustan (2009: 12-13) dalam bukunya *Designing a Logo* mengatakan: *Logo* berasal dari kata Yunani *logos*, yang berarti kata, pemikiran, ucapan, alasan. Awalnya, istilah *logotype* lebih populer, bukan emblem. Tahun 1810 ditandai dengan munculnya *logo* untuk pertama kali dan penggunaan jenis huruf atau *font* sebagai penulisan dirancang khusus pada tahun 1840. *Logo* hanyalah *font*. *Logo* adalah singkatan dari *logotype*. Istilah "lambang baru" muncul pada tahun 1937, dan saat ini istilah "*logo*" lebih populer daripada jenis *logo*. *Logo* dapat menggunakan elemen apa saja berupa prasasti, *logogram*, gambar, ilustrasi, dan lainnya. Banyak juga yang mengatakan bahwa *logo* adalah elemen gambar/symbol dari sebuah identitas visual.

Fungsi *logo* sebagai tanda memerlukan konsistensi agar proses identifikasi dan transmisi makna dapat dilakukan dengan baik.

Menurut Aulia (2021:439) *Logo* merupakan sebagian dari identitas visual dan salah satu cara menjelaskan identitas pada sebuah entitas seperti dapat berupa perusahaan, instansi, organisasi, atau komunitas tertentu.

Menurut pemahaman psikologis teori warna, warna memainkan peran yang lebih signifikan dalam konsep ini. Warna bukan sekedar keindahan estetika, warna dapat mewakili mood atau suasana hati. Misalnya, warna merah menggambarkan kondisi mental yang terkait dengan antusiasme, memengaruhi produktivitas, persaingan, dan keberanian. Kemampuan warna untuk menciptakan kesan yang dapat menghasilkan efek tertentu. Secara psikologis diutarakan sebagai berikut: Warna bukan hanya fenomena yang dapat dilihat, tetapi juga memengaruhi perilaku, memainkan peran penting dalam penilaian estetika, dan juga menentukan apakah kita menyukai hal yang berbeda atau tidak. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa warna tidak hanya tampak oleh mata, tetapi juga dapat mempengaruhi tingkah laku manusia, mempengaruhi penilaian estetika dan juga menentukan suka tidaknya seseorang terhadap suatu objek atau objek yang dilihatnya (Linschoten, 1983:103-105).

Pengertian estetik ini akan kita bahas lebih detail, atau sering disebut roda warna Prang, warna dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: Istilah yang digunakan untuk menyebutkan nama suatu warna, mis. B. Kuning, Merah, Hijau, dll disebut Hue, Nilai adalah tolak ukur lain atau menyangkut terang dan gelapnya suatu warna.

Akhirnya, ada intensitas, sering disebut sebagai kroma, yang merupakan dimensi yang berkaitan dengan kecerahan atau rona warna. Saat ini teori paling banyak digunakan di bidang kreatif ialah Teori Prang, baik di industri percetakan maupun media elektronik atau digital, karena pembagian warna yang disederhanakan, sehingga mudah dimengerti dan diterapkan dalam kenyatannya. Alasan teori ini adalah yang paling banyak digunakan karena sistem warna Prang adalah sistem pertama yang dapat digunakan untuk memproduksi warna cetakan (Prang, 1876: 65).

Penggunaan warna dalam komunikasi, khususnya dalam pesan visual, dapat memberikan banyak tambahan makna. Karena warna bisa menyampaikan kesan sekilas yang sering dipahami dalam skala besar. Dalam situasi di mana bahasa tidak pantas atau tidak dapat dipahami untuk menyampaikan pikiran atau perasaan, warna dapat memainkan peran penting dalam proses komunikasi (Purbasari, 2014:357).

Menurut Miswar & Rian (2022: 370-378) kehadiran warna memiliki sifat suatu benda nyata atau penggambaran suatu objek material berdasarkan apa yang dilihatnya, warna hanyalah ilustrasi yang memiliki tujuan utama untuk menyampaikan rasa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai adalah metode semiotika yang mengungkap makna konotatif yang tersembunyi di balik teks media secara keseluruhan, yang mempersulit objektivitas karena banyak faktor yang mempengaruhi seperti budaya, pengalaman, ideologi dan lain-lain.

Analisis semiotika adalah teknik analisis data kualitatif yang tujuannya untuk menemukan atau menganalisis secara sistematis simbol atau tanda dalam sebuah teks. Semiotika dikenal sebagai tanda yang menggambarkan sesuatu yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

1) Pemaknaan Tanda "Burung"

Kata 'burung' secara linguisitiknya dan bunyinya memberi penanda pada pembaca/pendengar tentang konsep (*mental image*) gambaran dari sebuah burung yaitu memiliki sayap untuk terbang. Hal itu merupakan proses dari penanda dan petanda yang saling mewakili tanpa ada pemaknaan ganda.

2) Pemaknaan Logo Kantor Pos

Logo kantor pos memberikan kesan yang sesuai dengan yang ingin dikomunikasikan kepada pembaca, kantor





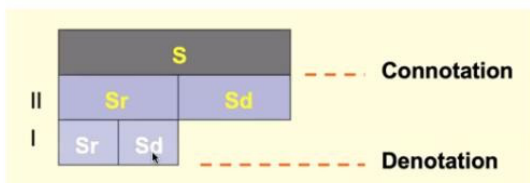
pos sebagai tempat untuk mengirimkan berbagai macam kebutuhan seperti surat menyurat bahkan barang yang besar, yang dalam artian ini bergerak dari satu titik ke titik lain tanpa ada batas, menggunakan logo berbentuk burung, terlebih burung merpati, yang mengutamakan kecepatan dan ketepatan, terlebih pada zaman dahulu orang mengirimkan surat menggunakan burung ini, lalu warna oranye menandakan dinamis serta tulisan warna abu pada font kantor pos menandakan warna natural yang tetap menjaga identitas namun bisa menyesuaikan zaman. Jika menyangkut kesepakatan sosial, logo kantor pos dapat dilihat dengan cara tertentu dalam pemilihan karakter dan kombinasinya, mereka memiliki makna dan nilai sosial, sehingga proses interpretasinya lebih luas. Menurut Gunalan (2020: 44-51) bahwa pembaca tanda memiliki status yang hampir sama dengan peneliti. Dia harus penuh perhatian dan hati-hati ketika menggunakan logika sehingga diberi makna yang sangat luas.

3) Pendekatan Roland Barthes

Hasil dari pendekatan menggunakan Teori Roland Barthes ialah kita dapat melihat lebih jauh dan lebih dalam dari suatu logo atau tanda, barthes membagi 2 yaitu tanda dan pertanda, tanda pada kantor pos seperti pada logo memberikan pertanda yang memberikan hasil yang sesuai dengan teori warna dan dilihat dari sejarah burung merpati, maka menggunakan teori roland barthes pantas untuk diikuti atau diterapkan pada penelitian lainnya.

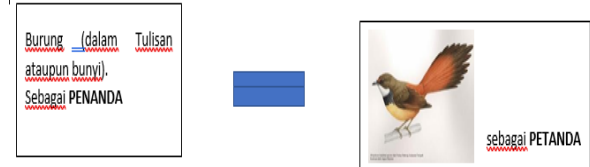
2. Pembahasan

1) Struktur pada tingkat 1



Gambar 1. Struktur pada Tingkat 1

Contoh dari penggunaan teori ini adalah pemaknaan tanda 'burung'. Kata 'burung' secara lingusitiknya dan bunyinya memberi penanda pada pembaca/pendengar tentang konsep (*mental image*) gambaran dari sebuah burung yaitu memiliki sayap untuk terbang. Dan itu merupakan proses dari penanda dan petanda yang saling mewakili tanpa ada pemaknaan ganda.



(Gambar 2 pemaknaan tingkat 1)

2) Struktur pada tingkat 2

Kemudian, tingkatan kedua, Barthes membagi adanya konotatif dan denotatif sebagai tingkatan pemaknaan.

I. Connotation	Sr: Rhetoric	Sd: Ideology	Cultural
II. Denotation	Sr	Sd	Signs
III. Real System	Sr	Sd	Realitas

Gambar 3. Sistem tanda Roland Barthes tentang Denotasi dan Konotasi

Barthes (1964: 14) menjelaskan denotasi adalah tingkatan pertanda yang menjelaskan hubungan diantara penanda dan petanda, serta menghasilkan makna langsung sesuai bahasa kamus, lalu elemen tanda juga dimaknai atas kesepakatan sosial. Sebaliknya, konotasi bermakna tidak langsung dan tidak pasti tergantung tafsiran atau sudut pandang orang, dalam kata lain, denotasi membuat makna lain atau makna kedua, yang terbentuk apabila dikaitkan dengan berbagai aspek pengalaman, perasaan dan keyakinan

Tingkatan ini, contohnya ialah pada penafsiran dari logo kantor Pos Indonesia.



Gambar 4. Logo Pos Indonesia

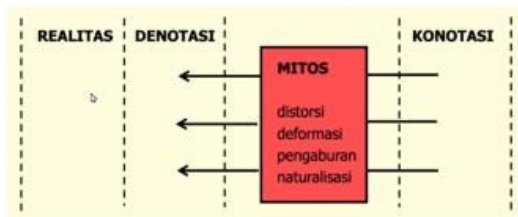
Pemaknaan konotasi pada logo POS INDONESIA: penanda (*signifier*) menampilkan burung dengan *background globe* (bola dunia), petanda (*signified*) burung sebagai alat transportasi surat menyurat pada zaman dahulu dan juga menandakan kemampuan dia terbang tanpa hambatan, dan bola dunia merepresentasikan tentang rute atau tempat dia terbang yaitu dunia, yang dimaknai luas dan dapat



menkoneksikan berbagai negara, kemudian tarikkan garis dianggap sebagai sayap yang cepat, dalam artian *logo* tersebut memberikan suatu pengalaman yang tidak terbatas dalam hal menjangkau dunia dengan cepat, lalu warna oranye mewakili arti burung yang petualang penuh dengan optimisme serta energik.

Pemaknaan Denotasi: *logo* tersebut merepresentasikan jasa pengiriman dikarenakan nama yang sudah disepakati secara sosial dan juga gambar burung yang mewakili alat transportasi.

3) Struktur Pada Tingkat 3



Gambar 5. Terbentuknya Mitos

Lebih lanjut, Barthes juga mengali lebih dalam tentang konotasi tersebut, ia beranggapan terjadi distorsi pada tingkat ketiga yang disebabkan oleh budaya dan sosial, sehingga adanya mitos, mitos dimaknai sebagai suatu kepercayaan turun menurun yang berkembang dalam masyarakat, walaupun kebenarannya belum tentu dapat dibuktikan dan sudah seperti sebuah ideologi. Mitos memiliki pola tiga dimensi, yaitu penanda, petanda dan tanda.

Pemaknaan mitos: merujuk pada sejarah dan budaya yang berkembang dan diyakini di Indonesia, burung diartikan di Indonesia sebagai pembawa berita atau pesan, bisa berupa berita baik ataupun berita buruk (tergantung dari jenis burung dan kepercayaannya), dan juga burung bisa bersuara untuk memberikan petanda pada orang, tetapi pada *Logo Pos Indonesia* menggunakan burung merpati yang dianggap sebagai kesetiaan, kesucian dan hal-hal baik lainnya.

Dalam mamaknai tanda verbal maupun visual, bisa dimaknai secara terpisah terlebih dahulu, lalu selanjutnya dapat dicari benang merah akan keterkaitan tanda tanda tersebut (Tinarbuko, 2010:75-78).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dalam mentafsir suatu karya ataupun desain dengan menggunakan semiotika Barthes harus terlebih dahulu melihat hubungan antara penanda dan pertanda pada tingkat 1, penanda itu ialah objek, dan pertanda itu ialah konsep atau *meaning* atau pesan yang ingin disampaikan, lalu terbagi menjadi 2 perspektif yaitu

denotasi dan konotasi pada tingkat ke 2, denotasi itu cenderung harafiah, atau bahasa kamus, kemudian konotasi merujuk pada sosio kultural dan personal seperti ideologi, emosi dan lain-lain, sehingga polysemi (makna ganda) lebih sering terjadi di konotasi, ke tiga yaitu distorsi yang menghasilkan ideologi atau mitos, yang disampaikan secara gagasan didalam suatu objek di dalamnya.

Konsep semiotika Barthes, hal yang harus ditekankan ialah pentingnya peran dari pembaca, dalam artian pemaknaan suatu karya tergantung dari personal yang tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor baik internal ataupun eksternal. Kemampuan seniman yang tajam untuk mengamati dan bereaksi secara sensitif terhadap dunia di sekitarnya memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pemirsa tentang perasaannya sendiri (Hartoko, 1991: 14).

2. Saran

Dalam menggunakan metode *semiotic* untuk menganalisis objek desain baik itu *logo* ataupun tanda, perlu diperhatikan bagi peneliti untuk mempertahankan objektifitas serta hasil ini akan berbeda dari setiap sudut pandang, karena Barthes menekankan hasil analisis tergantung sudut pandang dari penerima tanda dan penelitian atau menelaah suatu karya menggunakan ilmu semiotika layak digunakan untuk mengetahui arti dari suatu karya, dikarenakan di dalam desain atau karya juga terdapat bahasa yang ingin disampaikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aulia, F., Afriawan, H., & Faisal, D. (2022). Konsistensi Logo Dalam Membangun Sistem Identitas. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 439-444. <https://doi.org/10.24114/gr.v10i2.28131>
- Barthes, R. (1964). Rhetoric of the Image. *Communication* 4, 40-51.
- Barthes, R. (1967). *Element of Semiology*. New York: Hill & Wang.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies: New York The Noonday Press Cooper, J.C (2013). An Illustrated Encyclopedia of Traditional Symbols*. London: Thames & Hudson.
- Barthes, R. (2010). *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Saussure, F. D. (1988). *Course in General Linguistics*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Direktorat Jendral Pos dan Telekomunikasi. (1980). *Sejarah Pos dan Telekomunikasi di Indonesia Jilid IV Masa Demokrasi Terpimpin*. Jakarta: Cahaya Makmur.
- Gunalan, S., & Hasbullah, H. (2020). Analisis





- pemaknaan semiotika pada karya iklan layanan masyarakat. *Jurnal Nawala Visual*, 2(2), 44-51.
<https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v2i2.117>.
- Gunalan, S., Haryono, H., & Yasa, I. N. M. (2022). Analisis Pemaknaan dan Tanda Pada Desain Logo GP Mandalika Series. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 212-219.
<https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.34285>
- Hartoko, D. (1991). *Manusia dan Seni*. Jakarta: Kansius.
- Khairi, A. I., & Hafiz, A. (2022). Kajian Estetika Lukisan Realis Kontemporer Drs. Irwan, M. Sn. yang Berjudul di Ujung Tanduk. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 138-146.
<https://doi.org/10.24114/gr.v11i2.39802>
- Liliweri, A. (2003). *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Linschoten, J., & Mansyur. (1983). *Pengantar Ilmu Jiwa*. Bandung: Jemmars.
- Miswar, M., Rian, R., Muler, Y., & Rajudin, R. Studi Warna Dan Gaya Pada Karya Yazid. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 370-378.
<https://doi.org/10.24114/gr.v11i2.38384>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotics In Research Method of Communication [Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi]. *Jurnal Pekommas*, 16(1), 73-82.
<https://doi.org/10.30818/jpkm.2013.1160108>
- Piliang, Y. A. (2004). Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 5(2), 189-198.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v5i2.1156>
- Prang, L. (1876). *The Theory of Colour*. Boston: Massachusetts.
- Purbasari, M., & Jakti, R. A. (2014). Warna Dingin Si Pemberi Nyaman. *Humaniora* 5(1), 357.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v5i2.1156>
- Richards, J., Platt, J., & Weber, H. (1985). *Longman Dictionary of Applied Linguistics*. Harlow: Longman.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tinarbuko, & Sumbo. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Zakiy, R. A. (2020). Analisis Semiotika Iklan Cetak LA Lights "Jangan mau diadu" Versi Ayam. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 9(2), 232-235.
<https://doi.org/10.24114/gr.v9i2.19551>.

