

ABSTRAK

Aghniary Augustine, Analisis Logo *Smiling West Java* (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Logo Pariwisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat).

Logo *Smiling West Java* merupakan logo *branding* pariwisata Jawa Barat yang dipegang oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Logo tersebut memiliki keunikan dengan bentuk peta geografis Jawa Barat yang menggambarkan keindahan alam Jawa Barat dan senyuman yang menggambarkan keramahan masyarakat Jawa Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana simbol-simbol yang terdapat dalam logo *Smiling West Java*; makna simbol *picture mark*, *letter mark*, warna dan komposisi dalam logo *Smiling West Java*; dan makna logo *Smiling West Java* dikonstruksi oleh perusahaan.

Konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsep Semiotika Charles Sanders Peirce. Konsep ini dipilih karena relevan dengan tahapan-tahapan membentuk logo *Smiling West Java*. Paradigma yang digunakan oleh peneliti yaitu paradigma konstruktivisme dengan pendekatan interpretif dan metode analisis semiotika. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat membentuk logo *Smiling West Java* yang diawali dengan tahap *pertama*, simbol-simbol yang terdapat dalam logo *Smiling West Java* yaitu, bentuk peta geografis Jawa Barat, dan bentuk senyuman. Tahap *kedua*, makna simbol *picture mark*, *letter mark*, warna, dan komposisi dalam logo *Smiling West Java* yaitu, menampilkan keindahan alam, menampilkan keramahan, menggunakan huruf *custom typeface*, menggunakan tipografi yang dinamis, menggunakan komposisi yang seimbang, warna kuning dari warna matahari, warna hijau dari warna pepohonan, dan warna biru dari warna sungai/air. Tahap *ketiga*, makna logo *Smiling West Java* dikonstruksi oleh perusahaan yaitu pesan keramahan masyarakat Jawa Barat, fungsi identitas pariwisata Jawa Barat, memiliki karakteristik Jawa Barat pada logo, dan konsistensi bentuk logo.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat membentuk logo *Smiling West Java* sebagai logo pariwisata Jawa Barat.

Kata Kunci: Semiotika Charles Sanders Peirce, Logo, *Smiling West Java*

ABSTRACT

Aghniary Augustine, *Smiling West Java Logo Analysis (Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis on the Tourism Logo at the West Java Province Tourism and Culture Office)*.

The Smiling West Java logo is a West Java tourism branding logo that is held by the West Java Province Office of Tourism and Culture. The logo is unique in the form of a geographical map of West Java that illustrates the natural beauty of West Java and a smile that illustrates the friendliness of the people of West Java.

This study aims to determine how the symbols contained in the Smiling West Java logo; the meaning of the symbol mark, letter mark, color and composition in the Smiling West Java logo; and the meaning of the Smiling West Java logo is constructed by the company.

The concept used in this study is the Charles Sanders Peirce Semiotics concept. This concept was chosen because it is relevant to the stages of forming the Smiling West Java logo. The paradigm used by researchers is the constructivism paradigm with an interpretive approach and a semiotic analysis method. Data collection techniques through in-depth interviews and documentation.

The results of this study indicate that the Department of Tourism and Culture of West Java Province formed the Smiling West Java logo which begins with the first stage, the symbols contained in the Smiling West Java logo, namely, the shape of the geographic map of West Java, and the shape of the smile. The second stage, the meaning of the picture mark symbol, letter mark, color, and composition in the Smiling West Java logo, namely, showing the beauty of nature, displaying hospitality, using custom typeface, using dynamic typography, using a balanced composition, yellow from the sun color, the green color of the trees, and the blue of the river / water. The third stage, the meaning of the Smiling West Java logo is constructed by the company, namely the message of hospitality from the people of West Java, the function of West Java tourism identity, having West Java characteristics on the logo, and consistency of the logo shape.

Based on the results of the study, it was concluded that the Department of Tourism and Culture of West Java Province formed the Smiling West Java logo as the West Java tourism logo.

Keywords: Charles Sanders Peirce Semiotics, Logo, Smiling West Java