

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Logo merupakan nama, lambang atau simbol yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi sebagai identitas yang dapat dibedakan dengan perusahaan lain. Logo juga dapat membentuk citra sebuah perusahaan serta menciptakan *branding* perusahaan. Anwar, Hapsari, Sinaga, Vol. 6 No. 2 (2018) dalam jurnalnya logo adalah salah satu elemen visual yang mewakili suatu perusahaan, organisasi, produk, komunitas, lembaga atau yang lainnya yang memiliki arti atau filosofi yang bersumber dari identitas dan kebudayaan suatu lembaga tersebut. Logo berfungsi untuk membedakan suatu organisasi atau lembaga atau perusahaannya dengan perusahaan lain. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas.

Identitas perusahaan merupakan pembeda antara perusahaan satu dengan perusahaan lain guna untuk menjaga *image* atau citra yang dapat menjadi daya tarik perusahaan tersebut. Identitas perusahaan menjadi salah satu faktor penting bagi perusahaan. Aspek perusahaan yang memperlihatkan citra perusahaan dari semua aspek fisik adalah identitas perusahaan. Membuat sebuah identitas perusahaan dengan tujuan agar dikenali oleh masyarakat luas yaitu logo. Logo merupakan suatu gambar yang memiliki unsur bentuk dan warna.

Logo perumpamaan dari wajah, wajah manusia berbeda antara satu sama lain untuk dapat dikenali oleh orang lain. Begitu juga logo, memiliki bentuk dan warna yang berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya atau disebut dengan simbol, yang memiliki sebuah visi untuk menyampaikan citra positif dari perusahaan tersebut.

Logo *Smiling West Java* merupakan logo pariwisata Jawa Barat yang dipegang oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat atau sering disebut juga sebagai Disparbud Jabar. Ridwan Kamil selaku Gubernur Jawa Barat ingin membentuk *branding* pariwisata Jawa Barat dengan menggunakan logo *Smiling West Java*, maka warna yang digunakan pada logo *Smiling West Java* yaitu menggunakan warna yang berkaitan dengan dinas seperti kuning, hijau, biru, merah, putih, dan hitam. Logo *Smiling West Java* memiliki perpaduan warna antara putih pada bagian tulisan *Smiling*, hijau pada bagian tulisan *West Java*, dan warna kuning untuk warna dasar/*background*. Pada logo tersebut terdapat simbol *smile* yang menjelaskan senyuman keramahan, santun, dan lemah lembut kepada orang lain.

Nama *Smiling West Java* merupakan representasi dari nilai budaya *Someah* yang merupakan salah satu kekuatan bagi pariwisata tanah pasundan. *Someah* merupakan sebuah sikap budaya yang akan menjadi kekuatan nilai budaya Jawa Barat. Tujuan dibentuknya logo *Smiling West Java* yaitu untuk mengingatkan Jawa Barat yang sudah lekat dengan keramahan, santun, dan lemah lembut kepada orang lain melalui senyuman. Jawa Barat memiliki kebudayaan yang beraneka ragam seperti musik, tarian, alat musik, dsb. Jawa Barat juga memiliki kekayaan alam

yang digunakan untuk pariwisata seperti perkebunan teh, pantai, air terjun, kolam mata air, pegunungan, dsb. Masih banyak tempat wisata maupun kebudayaan di Jawa Barat yang masih belum diketahui oleh banyak orang, khususnya wisatawan lokal maupun interlokal.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari website [lintasjabar.com](http://lintasjabar.com) yaitu menurut Dedi Taufik sebagai kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat pembentukan nama *Smiling West Java* menggunakan pendekatan konsep 3A, yaitu Atraksi, Akseibilitas, dan Aminities guna mengembangkan dan menjual kepariwisataan Jabar. Pendekatan atraksi merupakan pendekatan yang memberikan daya tarik terhadap wisatawan untuk dapat berkunjung ke tempat wisata agar memberikan kesan senang. Pendekatan akseibilitas merupakan aktivitas kepariwisataan yang bergantung pada waktu transportasi dan jarak untuk mempengaruhi keinginan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata. Pendekatan Aminities merupakan fasilitas atau pelayanan yang diberikan bagi wisatawan untuk kebutuhan selama tinggal atau berkunjung ke daerah tujuan wisata.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat tidak hanya melalui logo saja untuk memberi tahu informasi destinasi wisata Jawa Barat melainkan menggunakan aplikasi *Smiling West Java* agar mempermudah para wisatawan untuk mencari destinasi wisata yang ingin dituju.

Berdasarkan data pra penelitian, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat juga menampilkan logo *Smiling West Java* tidak hanya menggunakan aplikasi saja melainkan berupa stiker yang ditempelkan pada kendaraan, pada

kemasan gelas cup untuk meminum kopi yang ada di kafe Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, pada seragam pegawai, pada *merchandise*, pada media sosial, maupun pada spanduk atau baliho sekitar. Sehingga *Public* dapat mengetahui bentuk logo *Smiling West Java* tersebut sebagai *brand* pariwisata Jawa Barat yang dipegang oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan data pra penelitian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai logo *Smiling West Java*, karena peneliti dapat menganalisis bentuk, warna, simbol, dan makna pada logo pariwisata Jawa Barat yang dipegang oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat sebagai pemerintahan yang bergerak pada bidang Kepariwisata dan Budaya, juga dapat membentuk *branding* pariwisata Jawa Barat sendiri, sehingga menjadi ketertarikan peneliti untuk meneliti Analisis Logo *Smiling West Java*.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini diambil berdasarkan latar belakang dari penelitian yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan analisis terhadap hasil penelitian yang difokuskan pada Analisis Logo Pariwisata Jawa Barat di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, dengan menjawab pertanyaan “Bagaimana Analisis Logo *Smiling West Java*?”.

### **1.2.1 Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan yang muncul dalam fokus penelitian diatas menjadikan peneliti mengambil pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana simbol-simbol yang terdapat dalam logo *Smiling West Java*?

2. Bagaimana makna simbol *picture mark*, *letter mark*, warna dan komposisi dalam logo *Smiling West Java*?
3. Bagaimana makna logo *Smiling West Java* dikonstruksi oleh perusahaan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang didapat dari hasil pertanyaan penelitian diatas berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui simbol-simbol yang terdapat dalam logo *Smiling West Java*.
2. Untuk mengetahui makna simbol *picture mark*, *letter mark*, warna dan komposisi dalam logo *Smiling West Java*.
3. Untuk mengetahui makna logo *Smiling West Java* dikonstruksi oleh perusahaan.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Kegunaan Penelitian Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung khususnya kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta dapat menambah kajian ilmu pengetahuan pada jurusan ilmu komunikasi hubungan masyarakat yang berkaitan dengan logo, yaitu:

- a. Untuk mengetahui simbol-simbol yang terdapat dalam logo *Smiling West Java*.

- b. Untuk mengetahui makna simbol *picture mark*, *letter mark*, warna dan komposisi dalam logo *Smiling West Java*.
- c. Untuk mengetahui makna logo *Smiling West Java* dikonstruksi oleh perusahaan.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian secara praktis ini dapat memberikan masukan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat untuk melakukan perbaikan serta kemajuan pada logo pariwisata Jawa Barat yaitu *Smiling West Java* sehingga mampu menciptakan ciri khas pada perusahaan serta memberikan pesan kepada khalayak.

### 1.5 Landasan Pemikiran

#### 1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

**Tabel 1. 1**  
Hasil Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Perbedaan dan Persamaan Penelitian
1.	Ian Alvin Girsang (2018)	Makna Logo PT. Swara Milliard Artha Play99ers Radio sebagai <i>Corporate Identity</i> (Studi analisis Semiotik Charles Sanders Peirce mengenai makna Logo PT. Swara Milliard Artha Play99ers Radio sebagai <i>Corporate</i>	Kualitatif	Perbedaan penelitian Ian Alvin Girsang dengan peneliti terletak pada objek yang ditelitinya, yakni penelitian Ian meneliti perusahaan Radio PT. Swara Milliard Artha dalam makna logo sebagai <i>corporate identity</i> , sedangkan peneliti meneliti perusahaan pemerintah dalam analisis logo

		<i>Identity</i> Perusahaan)		<i>Smiling West Java</i> . Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce.
2.	Rachmeike Lintang Sari (2017)	Analisis Semiotika Logo Bank BJB	Kualitatif	Perbedaan penelitian Rachmeike Lintang Sari dengan peneliti terletak pada objek yang ditelitinya, yakni penelitian Rachmeike meneliti perusahaan Bank BJB dengan analisis logo semiotika, sedangkan peneliti meneliti perusahaan pemerintah dalam analisis logo <i>Smiling West Java</i> . Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce.
3.	Elsa Dhamayanti June (2017)	Representasi Logo Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 sebagai Bentuk Identitas Perusahaan	Kualitatif	Perbedaan penelitian Tantri Puspita Yazid dengan peneliti terletak pada objek yang ditelitinya, yakni penelitian Tantri meneliti perusahaan Sosial sebagai representasi logo asuransi jiwa Bersama Bumiputera 1912 sebagai bentuk identitas perusahaan, sedangkan peneliti meneliti perusahaan

				pemerintah dalam analisis logo <i>Smiling West Java</i> . Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce.
4.	Wildan Maulana Firdaus, Kokom Komariah, Centurion Chandratama Priyatna (2017)	Representasi Nilai Kesempurnaan, Kesatuan dan Keberanian pada Logo Baru PT. Darta Media Indonesia (Kaskus.co.id) (Studi Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce mengenai Logo Baru PT. Darta Media Indonesia (Kaskus.co.id) sebagai <i>Corporate Identity</i> Perusahaan)	Kualitatif	Perbedaan penelitian Wildan dkk dengan peneliti terletak pada objek yang ditelitinya, yakni penelitian Wildan dkk meneliti perusahaan PT. Darta Media Indonesia sebagai representasi nilai kesempurnaan, kesatuan dan keberanian pada logo baru PT. Darta Media Indonesia (Kaskus.co.id), sedangkan peneliti meneliti perusahaan pemerintah dalam analisis logo <i>Smiling West Java</i> . Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce.
5.	Rully Khairul Anwar, Irene Alifa Hapsari, Dian Sinaga (2018)	Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce mengenai Logo Baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia	Kualitatif	Perbedaan penelitian Rully dkk dengan peneliti terletak pada objek yang ditelitinya, yakni penelitian Rully dkk meneliti Perpustakaan Nasional



				Republik Indonesia dengan logo baru, sedangkan peneliti meneliti perusahaan pemerintah dalam analisis logo <i>Smiling West Java</i> . Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan teori analisis semiotika Charles Sanders Peirce.
--	--	--	--	--

Penelitian sebelumnya merupakan referensi yang diambil oleh peneliti dari beberapa penelitian yang ada. Melalui hasil dari penelitian sebelumnya, peneliti mendapatkan rujukan, pendukung dan pembandingan yang dapat berguna untuk peneliti. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mempunyai kesamaan dan perbedaan pada setiap peneliti untuk mendapatkan objek yang ada.

Penelitian Pertama, dalam skripsi Ian Alvin Girsang mahasiswa Ilmu Komunikasi Humas Universitas Padjadjaran pada tahun 2018 dengan judul “Makna Logo PT. Swara Milliard Artha Play99ers Radio sebagai *Corporate Identity*”. Metode yang digunakan oleh penelitian ini yaitu metode kualitatif, dengan menggunakan teori analisis semiotika untuk penelitiannya.

Hasil penelitiannya menunjukkan empat simbol utama dalam logo Play99ers radio yaitu simbol *Picture mark*, *Letter mark*, warna dan komposisi. Identitas perusahaan yang ada di Play99ers mempunyai nilai keberagaman yang ingin ditunjukkan kepada pendengarnya.

Penelitian kedua, dalam skripsi Rachmeike Lintangari mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan pada tahun 2017 dengan judul “Analisis Semiotika Logo Bank BJB”. Metode yang digunakan oleh penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan teori analisis semiotika untuk penelitiannya.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adanya makna *object*, *interpretant*, dan *representament* terdapat dibalik logo Bank BJB. Bank BJB memiliki symbol sayap dengan tiga garis melengkung dan sejajar yang memiliki arti menjangkau lebih jauh dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat seperti keluarga, serta memiliki tiga warna yaitu warna biru, warna biru muda, dan warna kuning. Kata Bank BJB termasuk ke dalam jenis huruf Sans Serif dan masuk ke dalam kategori *lowercase* atau huruf kecil.

Penelitian ketiga, dalam jurnal Elsa Dhamayanti June mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Riau pada tahun 2017 dengan judul “Representasi Logo Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 sebagai Bentuk Identitas Perusahaan”. Metode yang digunakan oleh penelitian ini yaitu metode kualitatif, dengan menggunakan teori analisis semiotika untuk penelitiannya.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa logo dasar yayasan 1912 secara keseluruhan memiliki makna melambangkan kekuatan, martabat, dan objek asuransi jiwa logo dengan Bumiputera 1912. Tinjauan menciptakan logo baru dan interpretan dari logo asuransi jiwa dengan Bumiputera 1912 berasal dari segala proses mencapai rasa disampaikan oleh tanda-tanda bentuk, dan unsur-unsur yang

tercantum dalam logo ini adalah logo asuransi jiwa yang interpretasi bersama dengan Bumiputera 1912.

Penelitian keempat, dalam jurnal Wildan Maulana Firdaus, Kokom Komariah, dan Centurion Chandratama Priyatna mahasiswa Ilmu Komunikasi Humas Universitas Padjadjaran pada tahun 2017 dengan judul “Representasi Nilai Kesempurnaan, Kesatuan dan Keberanian pada Logo Baru PT. Darta Media Indonesia (Kaskus.co.id)”. Metode yang digunakan oleh penelitian ini yaitu metode kualitatif, dengan menggunakan teori analisis semiotika untuk penelitiannya.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa simbol dalam logo Kaskus.co.id dibagi menjadi gambar, tanda huruf, warna, dan komposisi, dimana setiap kategori disajikan maknanya sendiri. Logo baru Kaskus.co.id sebagai identitas perusahaan adalah representasi dari nilai perusahaan, yaitu kesatuan, kesempurnaan dan keberanian. Nilai-nilai yang tersirat dalam logo baru kaskus memiliki filosofi dalam mewakili: (1) Kesempurnaan dimana kaskus ingin meningkatkan situs; (2) Kesatuan tempat dalam logo diciptakan oleh sebuah komunitas; serta (3) Kaskus memiliki keberanian untuk menjadi forum bagi masyarakat agar dapat mengekspresikan ide-ide atau pendapat mereka.

Penelitian kelima, dalam jurnal Rully Khairul Anwar, Irene Alifa Hapsari, dan Dian Sinaga mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Padjadjaran pada tahun 2018 dengan judul “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce mengenai Logo Baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia”. Metode yang digunakan oleh penelitian ini yaitu metode pendekatan kualitatif, dengan menggunakan teori analisis semiotika.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa logo Perpustakaan Nasional Indonesia memiliki simbol bintang sebagai cahaya alam, dan buku yang terbuka sebagai kekayaan perpustakaan. Kedua simbol ini memiliki makna bahwa perpustakaan merupakan pembelajaran seumur hidup, buku menjadi jendela dunia, cahaya dalam mendidik bangsa, kedalaman pengetahuan, lembaga yang progresif dan maju, sebuah pembukaan pikiran dan pengetahuan. Simbol yang menunjukkan makna identitas Perpustakaan Nasional Indonesia adalah unsur grafis buku, bintang, warna hijau, biru, dan hitam. Simbol yang tidak menggambarkan identitas adalah unsur gradasi.

### 1.5.2 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan landasan teoritis Semiotika menurut Charles Sanders Peirce menurut Vera (2015:25-26) dengan model *trialis* dan konsep trikotominya, yaitu:

1. *Sign (Representamen)* atau tanda, adalah bentuk fisik atau apa pun yang dapat diserap oleh indera dan merujuk pada sesuatu. trikotomi pertama dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:
  - a. *Qualisign* adalah tanda, tanda berdasarkan sifatnya. Misalnya, sifat merah adalah *qualisign*, karena simbol dapat digunakan untuk mengekspresikan cinta, bahaya, atau larangan.
  - b. *Sinsign*, adalah tanda yang menjadi tanda sesuai dengan bentuk atau penampilan aktualnya. Semua kata individu dapat berarti jeritan, dapat berarti heran, kesenangan atau kesakitan.

- c. *Legisign*, adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan peraturan, konvensi, dan kode yang diakui. Semua tanda bahasa adalah *legisign*, karena bahasa adalah kode, setiap *legisign* mengandung *sinsign*, suatu *second* yang menjadi penghubung dengan *third*, yakni aturan yang berlaku umum.
2. *Object*, adalah semacam simbol yang dibagi menjadi *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol).
- a. *Icon* (ikon), adalah simbol yang mirip dengan objek yang diwakilinya, atau simbol dengan makna yang mirip atau mirip digunakan. Misalnya, kesamaan peta dengan wilayah geografis yang digambar, foto, dan lain-lain.
- b. *Index* (indeks), adalah tanda yang menunjukkan bahwa sifat tanda tergantung pada keberadaannya simbol. Indeks adalah simbol yang terkait atau dekat dengan konten yang diwakilinya
- c. *Symbol* (simbol), adalah simbol di mana hubungan antara tanda dan simbol ditentukan oleh aturan yang diakui atau dengan kesepakatan bersama.
3. *Interpretant*, merupakan tanda yang dibagi menjadi *rheme*, *dicisign*, dan *argument*.
- a. *Rheme*, dimana lambang tersebut interpretasinya adalah yang pertama dan makna tanda masih bisa dikembangkan.
- b. *Dicisign*, ada hubungan nyata antara simbol dan interpretasinya.
- c. *Argument*, tanda dan interpretasinya mempunyai karakteristik.

### 1.5.3 Kerangka Konseptual

#### 1. Analisis

Analisis semiotika adalah metode untuk menganalisis simbol yang terkandung dalam pesan atau teks dan memberi makna. Menurut Salim (2002:44) analisis adalah investigasi peristiwa (penulisan, perilaku, dan lain-lain) untuk mendapatkan fakta yang benar (asal usul, sebab, penyebab sebenarnya, dsb).

#### 2. Logo

Logo merupakan elemen penting untuk sebuah organisasi, lembaga, atau badan-badan lainnya. Logo memiliki arti dan tujuan setiap bentuknya, warnanya, gambarnya, tulisannya, dan cerita dibalik pembuatannya. Menurut Caniago (2012:3) logo merupakan suatu bentuk grafik atau sketsa dengan makna tertentu, mewakili makna perusahaan, lembaga, produk, organisasi, wilayah, negara, dan hal-hal pendek tapi mudah diingat oleh publik sebagai pengganti dari nama lain perusahaan yang sebenarnya.

Logo menjadi salah satu komponen yang paling penting pada merk perusahaan dan juga bagian yang paling sulit untuk dieksekusi. Sebuah logo diharuskan menjadi cerminan perusahaan atau organisasi tersebut termasuk kesesuaian, keindahan, dan ketepatan dalam pembuatannya. Seperti *logotype* mengharuskan logo yang identik dengan perusahaan atau produk yang diwakilinya. Sebuahh logo harus membuat masyarakat luas paham dan mengingat di pikiran mereka dengan tujuan agar logo dapat diterima oleh masyarakat.

Pembentukan identitas perusahaan (*corporate identity*) agar dikenal oleh publik tidak bisa dilepaskan dari nama dan logo. Menurut College (2009:65) logo

adalah suatu merk dagang, produk atau perusahaan yang awalnya hanya muncul dalam bentuk tertentu, seperti bentuk geometris, bentuk abstrak, ilustrasi, singkatan perusahaan dan lain sebagainya. Bentuk logo pada saat ini sudah mengalami banyak keanekaragaman bentuk yang disesuaikan dengan keinginan perusahaan yang ingin terlihat berbeda dengan perusahaan lainnya. Logo biasanya dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

- a. *Picture mark* dan *letter mark*, gambar dan elemen tulisan dipisahkan satu sama lain.
- b. *Picture mark* sekaligus *letter mark*, bisa disebut tulisan/percampuran.
- c. *Letter mark* saja, hanya elemen tulisan.

### 3. Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*sign*), berfungsinya tanda, dan diproduksi makna. Menurut Charles Sanders Peirce dalam Sobur (2004:157) semiotika adalah ilmu tentang tanda. Charles Sanders Peirce mengemukakan teori semiotic, ia menunjukkan bahwa manusia hanya dapat berpikir dengan mendium tanda. Manusia hanya bisa berkomunikasi melalui tanda. Tanda dalam kehidupan manusia meliputi berbagai jenis, termasuk tanda gerak ataupun isyarat, tanda verbal yang dapat muncul dalam bentuk kata-kata atau tanda non-verbal yang muncul dalam bentuk bahasa tubuh.

Teori yang dipakai Charles Sanders Peirce dalam penelitian ini adalah teori segitiga makna (*triangle meaning*) atau trikonomi yang terdiri atas *sign* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (interpretan). *Object* ialah sesuatu hal yang secara visual dapat terlihat, *object* dapat dibagi menjadi dua, yaitu objek verbal yang

berupa kata-kata serta objek nonverbal yang berupa gambar, warna dan sebagainya. Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). *Sign* adalah keseluruhan tanda dari objek, sedangkan *interpretant* merupakan berupa interpretasi atau tafsiran atas *sign* dan *object*.

## **1.6 Langkah-Langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi yang diambil dari penelitian ini yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu perusahaan pemerintahan yang terletak di Jl. L. L. R.E. Martadinata No. 209, Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat 40113. Lokasi penelitian ini dipilih karena ingin mengetahui Logo Pariwisata Jawa Barat yang dipegang oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat juga bergerak di bidang kepariwisataan dan budaya, sehingga menjadi ketertarikan peneliti untuk mengetahui Analisis Logo *Smiling West Java*.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma merupakan kerangka berpikir pada peneliti dalam melihat dan mengamati suatu fenomena yang ada. Paradigma yang digunakan oleh peneliti yaitu paradigma konstruktivisme, menurut Grasselfed dalam Ardianto (2010:50) konstruktivisme merupakan orang yang melakukan realitas sosial dengan melihat kebenaran dari fenomena sosial. Konstruktivisme didapatkan dari tindakan manusia sebagai agen konstruksi realitas sosial dengan cara berfikirnya. Konstruktivisme



biasa dilakukan dengan cara menciptakan atau memahami atau memberikan makna dari apa yang telah dipelajari dari perilakunya sendiri.

Paradigma yang digunakan oleh peneliti yaitu paradigma konstruktivisme, karena peneliti ingin mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai logo pariwisata Jawa Barat dengan cara melakukan analisis data dan riset kepustakaan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan interpretif, dimana pendekatan ini dapat menginterpretasikan dan menjelaskan suatu fenomena dengan cara pandang seseorang terhadap sesuatu yang diteliti. Pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang mencari kejelasan mengenai peristiwa atau fenomena sosial dan budaya yang ada. Menurut Bodgan dan Taylor dalam Moleong (2011: 4), metodologi kualitatif adalah rangkaian suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang bersifat deskriptif berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan baik berupa tulisan atau percakapan serta tingkah laku yang dilakukan oleh objek peneliti. Pendekatan ini mengarah kepada latar dan individu agar tidak memasukan variabel atau hipotesis ke dalam individu atau organisasi, tetapi harus melihat keutuhan dari sesuatu yang diteliti. Menurut Vera (2014:11) analisis semiotika lebih tepat menggunakan pendekatan kualitatif, karena metode penelitian kualitatif bersifat subjektif, sehingga alat penelitiannya adalah peneliti itu sendiri.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Penelitian dalam analisis logo *Smiling West Java* ini, peneliti menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Charles Senders

Peirce. Metode analisis semiotika ini digunakan oleh peneliti agar memudahkan dalam menghasilkan data analisis terhadap objek penelitian. Metode analisis semiotika merupakan metode penelitian untuk menjelaskan suatu pesan atau makna komunikasi baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis. Makna yang dimaksud mulai dari parsial hingga makna komprehensif.

Alasan peneliti menggunakan metode analisis semiotika untuk penelitian ini adalah menurut peneliti analisis semiotika sangat tepat untuk menganalisis simbol yang terdapat di dalam logo *Smiling West Java* tersebut. Peneliti memilih analisis semiotika Charles Sanders Peirce ini karena analisis ini sangat cocok, sebab tanda yang terdapat dalam penelitian ini adalah simbol yang dimana tanda itu berupa bentuk.

Menurut Satori (2011: 23) menyatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif dilakukan untuk mencari hal-hal yang tidak dapat di kuantifikasikan dengan bentuk angka tetapi lebih bersifat deskriptif atau penjelasan seperti proses atau tahapan kerja, susunan suatu objek, definisi dari berbagai konsep, ciri-ciri dari setiap objek, dan lain sebagainya.

#### **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Peneliti menggunakan data kualitatif sebagai jenis data penelitian. Data Kualitatif yaitu data yang berbentuk deskriptif atau penjelasan mengenai konsep atau data yang dapat menggambarkan suatu fenomena yang terkait pada pertanyaan penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, yaitu mengenai analisis logo *Smiling West Java*.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang dilakukan oleh peneliti di bagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:

### a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang didapatkan langsung dari hasil wawancara di tempat penelitian. Menurut Indriantoro dan Supomo dalam Purhantara (2010:79) data primer adalah data yang didapatkan langsung dari tempat penelitian dengan mendapatkan data dan informasi dengan menjawab pertanyaan penelitian.

### b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang digunakan berupa literatur atau bacaan dan sumber data yang didapatkan dari internet atau *website* resmi, makalah, jurnal, buku, skripsi, tesis, serta sumber ilmiah lainnya dapat berkaitan dengan pra penelitian yang dilakukan. Menurut Hasan (2002:58) data sekunder adalah data yang didapatkan dari seseorang yang melaksanakan penelitian dengan sumber yang ada.

## 1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

### 1. Informan dan Unit Analisis

Informan merupakan orang yang mengetahui dan memahami tentang objek yang diteliti. Menurut Ardianto (2014:61) informan adalah orang yang berperan sebagai narasumber untuk memberikan informasi atau keterangan terkait masalah yang diteliti selama proses penelitian. Informan dari pra penelitian ini adalah Staf yang ada di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yang paham

mengenai logo *Smiling West Java* tersebut. Unit analisis dari penelitian ini mencakup analisis logo *Smiling West Java*.

## **2. Teknik Penentuan Informan**

Teknik penentuan informan ini merujuk pada bagaimana kriteria narasumber, misalnya narasumber yang dianggap paling tahu dan narasumber yang merupakan pelaku dari objek yang akan diteliti.

Narasumber atau informan yang dijadikan sumber data dalam pra penelitian merupakan orang yang berkaitan dan mengetahui kegiatan bidangnya, yaitu Staf Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat ataupun dengan pembuat logo yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- (a) Informan yang berhubungan langsung dengan kegiatan kehumasan dan/atau pemasaran di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.
- (b) Informan yang telah bekerja selama kurang lebih 2 (dua) tahun di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.
- (c) Informan yang mengetahui cara membentuk dan faham mengenai pembentukan logo *Smiling West Java* sebagai logo pariwisata yang diterapkan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara Mendalam**

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses untuk memperoleh data dengan cara menanyakan beberapa hal yang akan ditanyakan oleh peneliti kepada Staf Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat atau pembuat logo tersebut.

Pada saat wawancara peneliti tidak harus fokus pada daftar pertanyaan yang ada, melainkan peneliti bisa menanyakan lebih dalam apa yang ingin ditanyakan. Tujuannya agar wawancara yang dilakukan peneliti mendapatkan data yang jelas dan lengkap.

## 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu dokumentasi. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa lalu, yang bisa dalam bentuk teks, gambar atau karya peringatan individu atau perusahaan/lembaga. Dokumen tertulis seperti buku harian, riwayat hidup, cerita, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang dalam bentuk gambar (seperti foto, sketsa, dll), sedangkan dokumen dalam bentuk karya seni (seperti gambar, patung, dll). Menurut Sugiyono (2015:329) dokumentasi merupakan metode untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, teks digital dan gambar, dan dapat digunakan dalam bentuk laporan dan informasi untuk mendukung penelitian.

### 1.7 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan model Miles dan Huberman yaitu *interactive mode* pada teknik analisis data ini sebagai penelitian kualitatif. Menurut Punch (1998:202-204) dalam Pawito (2007:104) bahwa teknik analisis data ini dibagi menjadi tiga kegiatan yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan aktivitas merangkum, memberi gambaran yang dapat mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan atau pencarian data jika dibutuhkan. Peneliti mengumpulkan data terkait penelitian yang sedang diteliti untuk diolah atau dikelompokkan menjadi informasi yang sesuai dengan topik masalahnya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan analisis kualitatif yang terdapat sekumpulan informasi yang sudah terkumpul dan tersusun sehingga dapat dilakukannya proses penarikan kesimpulan berdasarkan hasil temuan dari peneliti. Data yang sudah dikumpulkan dan dikelompokkan disusun secara sistematis, sehingga mempermudah peneliti untuk melihat dan memeriksa komponen penting dari data tersebut.

3. Penarikan Serta Pengujian Kesimpulan (*Drawing and Verifying Conclusions*)

Kesimpulan merupakan proses penarikan kesimpulan yang terdapat pada reduksi dan penyajian data. Penarikan kesimpulan berdasarkan data hanya bersifat sementara atau dapat berubah jika tidak menemukan bukti yang kuat untuk proses pengumpulan data berikutnya, maka diperlukannya bukti yang kuat untuk penarikan kesimpulan tersebut.

## 1.8 Rencana Jadwal Penelitian

**Tabel 1. 2**  
Jadwal Rencana Penelitian

No.	Daftar Kegiatan	Nov 2019	Des 2019	Jan 2020	Feb 2020	Mar 2020	Apr 2020	Mei 2020	Jun 2020	Jul 2020	Ags 2020
1.	Pengumpulan data proposal penelitian										
2.	Penyusunan proposal penelitian										
3.	Bimbingan proposal penelitian										
4.	Revisi proposal penelitian										
5.	Sidang Usulan Penelitian										
6.	Revisi Usulan Penelitian										
9.	Penyusunan Skripsi										
10.	Bimbingan Skripsi										
12.	Sidang Skripsi										
13.	Revisi Skripsi										