

BAB I

PENDAHULUAN

A.1 Latar Belakang

Identitas perusahaan, lembaga bahkan daerah maupun kota dapat digambarkan melalui sebuah logo yang menjadi kekuatan mutlak perusahaan, lembaga bahkan daerah maupun kota paling kuat. Kekuatan sebuah logo digunakan oleh Kota Depok untuk menciptakan identitasnya. Pemerintah Kota Depok memperkenalkan logo “Depok *Friendly City*” untuk merayakan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Republik Indonesia ke-72 pada 17 Agustus 2017. Pemerintah Kota Depok mensosialisasikan logo ini dengan dasar misi yang baik, yaitu menjadi sahabat bagi setiap lapisan masyarakat, diantaranya sebagai sahabat masyarakat, UKM, para petani, anak-anak, remaja, lansia, bahkan lingkungan.

Logo “Depok *Friendly City*” tentu saja didalamnya memiliki tanda, simbol, atau lambang yang dibuat untuk menyampaikan pesan atau informasi di dalamnya. Tanda, simbol, dan lambang yang ada pada logo memiliki makna tertentu. Makna tersebut menjadi sangat penting bagi Kota Depok.

Makna yang ada dalam logo “Depok *Friendly City*” dapat dicari atau telaah menggunakan teori semiotika. Semiotika merupakan pengkajian hubungan antara makna, tanda, dan juga objek dalam perusahaan dan lembaga. Semiotika mengkaji mengenai tanda dan bagaimana tanda-tanda itu bekerja. Tiga elemen utama dalam mengetahui studi terkait makna yaitu: (1) acuan

tanda, (2) pengguna tanda, (3) tanda. Hubungan segitiga makna menjadi beberapa urutan dimana satu sama lain saling mendukung yang dikelompokkan oleh Charles Sander Peirce dalam teori segitiga makna. Segitiga makna yang dimaksud oleh Peirce yaitu *sign*, *interpretant*, dan *object*.

Logo “Depok *Friendly City*” sebagai representasi dari Kota Depok. Kota Depok sebelum logo tersebut dikeluarkan, memiliki beberapa masalah yang membuat kota tersebut dipandang negatif. Tahun 2016, banyaknya kasus perceraian yang terjadi di Kota Depok sejumlah 3700 kasus. Tahun 2016, meningkatnya kasus pelecehan seksual di Kota Depok. Awal tahun 2017, meningkatnya 10% kasus narkoba di Kota Depok. Tahun 2016, meningkatnya sejumlah kasus kejahatan di Kota Depok, seperti: penganiayaan dan pencurian. Tahun 2016, jumlah pengangguran di Depok meningkat. Tahun 2017, meningkatnya remaja yang merokok di Kota Depok.

Citra negatif tersebut membuat Kota Depok terus melakukan evaluasi dan melakukan perbaikan-perbaikan. Perbaikan yang dilakukan Kota Depok salah satunya dengan membangun sebuah identitas baru untuk pemulihan serta pengalihan dari masalah yang ada. Identitas baru Kota Depok melalui sebuah logo “Depok *Friendly City*”.

Penulis mendapati dari pengamatan bahwa logo “Depok *Friendly City*” terus disosialisasikan oleh Pemkot saat bersilaturahmi dengan stakeholder, dan mengajak untuk dijadikan foto profil dikalangan masyarakat, terutama kalangan Aparatur Sipil Negara di Kota Depok. Logo “Depok

Friendly City” juga diikuti sertakan setiap pembuatan logo baru dari HUT Kota Depok.

Penulis berpendapat bahwa logo “Depok *Friendly City*” digunakan karena logo tersebut sederhana dan menarik. Logo tersebut juga memiliki perpaduan warna yang menarik. Masyarakat Kota Depok lainnya ada yang mengatakan juga bahwa logo tersebut sangat indah dan tidak norak. Logo tersebut sudah sangat melekat pada Kota Depok sehingga tidak dapat dipisahkan pada setiap acara yang dilakukan oleh Pemkot Depok.

Penulis mengamati bahwa, logo “Depok *Friendly City*” lebih fenomenal dibandingkan logo formalnya Kota Depok. Logo “Depok *Friendly City*” banyak digunakan oleh masyarakat didalam surat-surat edaran, dekorasi acara, poster atau pamflet, dan beberapa spanduk besar sponsor ataupun acara. Logo formal Kota Depok jarang sekali digunakan dan diikuti sertakan oleh masyarakat. Logo “Depok *Friendly City*” lebih sering terlihat dibandingkan logo formalnya Kota Depok.

Logo “Depok *Friendly City*” dibuat untuk sebuah perubahan, bahkan sebelum dibuat pun sudah dipikirkan bagaimana caranya kota ini dapat dinilai bersahabat dan tidak hanya sebuah logo melainkan pengimplementasiannya. Pemerintahan Kota Depok mencari berbagai cara untuk membangun kembali keakraban, kebersamaan, dan kepedulian di masyarakat Kota Depok. Logo tersebut hadir membawa perubahan bagi Pemerintahan Kota Depok maupun masyarakat. Segi ekonomi, logo tersebut membawa perubahan karena Pemerintahan lebih memperhatikan UKM dan Petani. Segi pendidikan,

Pemerintah memegang ranah anak-anak dan remaja sehingga banyaknya edukasi yang diberikan dan membuat anak-anak serta remaja berkurang dalam kasus pelecehan seksual dan merokok. Segi budaya, Pemerintahan Kota Depok tetap mempertahankan identitas ikon belimbing dengan memperluas lahan pertanian di Depok. Secara keseluruhan, perubahan yang signifikan terlihat berupa Pemerintahan Kota Depok meningkatkan layanan bagi masyarakat dan pembangunan taman di beberapa kelurahan.

Logo “Depok *Friendly City*” hadir memberikan banyak perubahan bagi Kota Depok. Tahun 2017, Kota Depok setelah logo tersebut dikeluarkan, mendapatkan banyak penghargaan, diantaranya: kota layak anak, Adipura 2017 (kategori kota metropolitan), prestasi kinerja tertinggi, dan pada saat hari ibu mendapat banyak penghargaan dari Pemerintahan Provinsi Jawa Barat (Revitalisasi Posyandu Award, Penghargaan Pembinaan P2WKSS tingkat Kota, Juara 1 kampung ramah anak, dan juara 1 lomba posyandu tingkat kota). Penghargaan tersebut didapat atas kerjasama Pemerintah Kota Depok dengan warganya. Pemerintah Kota Depok mendekatkan diri, mengakrabkan, dan menciptakan kebersamaan dengan warganya, untuk membangun Kota Depok menjadi lebih baik. Hal itu tercipta dilihat dari banyak sekali masyarakat yang peduli dengan kotanya, seperti: banyaknya komunitas yang peduli lingkungan, komunitas peduli anak, dan komunitas peduli ibu-ibu serta lansia. Komunitas tersebut mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Kota Depok. Pemerintah Kota Depok dengan warganya saling *support* demi kemajuan bersama.

Logo “Depok *Friendly City*” mampu bertahan di Kota Depok karena strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Depok. Logo tersebut disosialisasikan menggunakan metode searah, karena sosialisasi ini dilakukan melalui sosial media dan media luar maupun dalam ruangan. Sosialisasi menggunakan media luar ruangan dapat berupa baliho, spanduk, *backdrop*, hingga *videotron*. Sosialisasi media dalam ruangan berupa penggunaan iklan, baik media cetak, maupun elektronik. Sosialisasi dapat diterima baik, khususnya yang menggunakan sosial media berupa Twitter, Facebook, dan Instagram. Sosialisasi ini dalam pengimplementasiannya pemerintah bekerjasama dengan media lokal maupun nasional, bahkan menggunakan sosial media menjadi media sosialisasi yang paling aktif.

Penulis berasumsi bahwa logo “Depok *Friendly City*” berhasil menciptakan identitas baru yang mengcover citra negatif menjadi positif bagi Kota Depok. Sejak diperkenalkan hingga sekarang, logo “Depok *Friendly City*” tetap terus digunakan dan dipertahankan sebagai identitas Kota Depok. Logo tersebut dikeluarkan pun banyak membawa perubahan bagi Kota Depok.

Makna terpendam yang ada pada hasil pengamatan hanya sebagian kecilnya. Logo “Depok *Friendly City*” tanpa kita sadari disetiap warna, gambar, dan tulisannya memiliki makna tersembunyi yang sudah disusun untuk menggambarkan Kota Depok. Makna yang terdapat disana mampu mengkomunikasikan dengan baik kepada khalayak bahwa Kota Depok seperti yang tercermin pada logo tersebut.

Keunikan dari penelitian ini yaitu hasil akhir berupa makna mendalam pada logo “Depok *Friendly City*” yang sangat penting sebagai identitas dari Kota Depok hingga sekarang. Hal ini karena dilihat keberhasilannya dalam mengkomunikasikan bentuk, warna, dan tulisan hingga mampu menjadi sesuatu yang baru. Logo tersebut juga menyimpan banyak arti yang terpendam. Arti dan makna terpendam itu mewakili cerminan serta harapan Kota Depok. Logo ini yang begitu terkenal dan terpasang di mana-mana, membuat peneliti pertama kali melihatnya langsung mencari tahu lebih lanjut.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian terkait logo “Depok *Friendly City*” dengan menggunakan paradigma konstruktivistik, pendekatan kualitatif, metode serta teori dari Charles Sanders Peirce. Metode dan teori tersebut digunakan karena menurut penulis sangat relevan dengan penelitian untuk mencari makna mendalam dari logo “Depok *Friendly City*”. Data pengamatan yang dilakukan penulis menunjukkan keunikan dari logo “Depok *Friendly City*” yang keberhasilannya sebagai identitas Kota Depok tidak luput dari makna yang terpendam di dalamnya.



Gambar 1. 1 Logo “Depok *Friendly City*”

(Sumber: Bisnis Jakarta, 2017)

A.2 Fokus Masalah

“Depok *Friendly City*” merupakan program Pemerintah Kota Depok membuat Kota Depok menjadi kota yang bersahabat, dapat berfaedah melalui pelayanan bersahabat bagi elemen di Kota Depok. Logo “Depok *Friendly City*” dibuat untuk menjalankan program pemerintah tersebut. Logo tersebut mampu menggambarkan Kota Depok dibalik makna yang ada. Penelitian berdasarkan latar belakang diatas, sehingga memperoleh fokus penelitian berupa mengetahui dan memahami makna terdalam yang ada pada logo “Depok *Friendly City*” menggunakan teori semiotika dari Charles Sander Peirce. Sesuai dengan fokus penelitian diatas, maka didapatkan beberapa pertanyaan penelitian, diantaranya:

- 1) Bagaimana tanda yang terdapat dalam logo “Depok *Friendly City*”?
- 2) Bagaimana objek yang terdapat dalam logo “Depok *Friendly City*”?
- 3) Bagaimana konsep yang terdapat dalam logo “Depok *Friendly City*”?

A.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dijabarkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui tanda yang terdapat dalam logo “Depok *Friendly City*”.
- 2) Untuk mengetahui objek yang terdapat dalam logo “Depok *Friendly City*”.
- 3) Untuk mengetahui konsep yang terdapat dalam logo “Depok *Friendly City*”.

A. 4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademisi

Penelitian tersebut dilakukan dengan harapan agar memberikan manfaat bagi akademisi berupa:

- (1) Bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya yang mengkaji semiotika untuk mencari dan memahami lebih mendalam pemaknaan tanda-tanda dari sebuah logo.
- (2) Menambahkan wacana penelitian kualitatif semiotika yang ada.
- (3) Pembaca dapat memahami bahwa teori semiotika dari Charles Sander Peirce menerangkan segitiga makna, berupa *sign*, *interpretant*, dan *object*.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar memberikan manfaat berupa dan bagi:

- (1) Masyarakat luas, khususnya masyarakat Kota Depok untuk mengetahui dan memahami representasi identitas Kota Depok melalui logo “Depok *Friendly City*”.
- (2) Praktisi Humas, Manajer Humas, Konsultan Humas, khususnya Humas Kota Depok bahwa pentingnya mengetahui dan memahami pencetus logo untuk menjadi representasi dari sebuah perusahaan atau lembaga dalam membangun identitas melalui sebuah logo.
- (3) Mengetahui strategi kreatif dari Pemerintah Kota Depok melalui pemaknaan logo.

A.5 Landasan Pemikiran

1) Hasil Penelitian Terdahulu

Semiotika menjadi sangat menarik ketika ada sebuah objek yang didalamnya memiliki makna terpendam untuk ditelaah dan didiskusikan melalui karya tersendiri, baik untuk kepentingan publik, maupun kepentingan akademik. Penelitian skripsi ini memiliki beberapa keterkaitan dengan karya penelitian mengenai semiotika yang sudah dilaksanakan oleh peneliti sebelumnya, diantaranya meliputi:

Pertama, penelitian jurnal yang dibuat oleh John, Asril, dan Agung Eko Budi Waspada, pada tahun 2017. Jurnal penelitian ini berjudul Analisis Semiotika Logo Rumah Makan Patinku. Peneliti dalam penelitiannya ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dan teori dari model Roland Barthes. Penelitian ini memperoleh hasil berupa pemaknaan denotatif dan konotatif dari logo rumah makan patinku. Jurnal penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis berupa objek kajiannya dan teori yang digunakan. Penelitian penulis juga memiliki persamaan dengan jurnal ini berupa paradigma penelitian, pendekatan penelitian, dan metode penelitian (John, et al., 2017: 33).

Kedua, penelitian jurnal yang dibuat oleh Joko Bintaro, John, dan Rinanda, pada tahun 2016. Jurnal penelitian ini berjudul Kajian Semiotika Pada Logo Sanggar Reog Singo Barong. Peneliti dalam penelitiannya ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif,

metode deskriptif, dan teori identitas. Peneliti dari penelitiannya memperoleh hasil berupa representasi logo sanggar reog singo barong sebagai identitas yang ditampilkan untuk memperkenalkan, ciri khas lokasi, dan tanda kebudayaan. Jurnal penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis berupa objek kajiannya dan teori yang digunakan. Penelitian penulis juga memiliki persamaan dengan jurnal ini berupa pada paradigma penelitian, pendekatan penelitian, dan metode penelitian (Bintaro, et al., 2016: 81).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Canditra Sultanna dan Siti Maryam, pada tahun 2018. Peneliti membuat jurnal yang berfokus pada Analisis Semiotika Logo *Brodo Footwear* di Media Sosial *Twitter*. Peneliti pada penelitiannya menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dan teori dari model Roland Barthes. Sesuai dengan teori semiotika yang digunakan, maka penelitian ini mendapatkan sebuah makna yang terkandung dalam logo *Brodo Footwear*. Jurnal penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis berupa objek kajiannya dan teori yang digunakan. Penelitian penulis juga memiliki persamaan dengan jurnal ini berupa Penelitian ini memiliki kesamaan pada paradigma penelitian, pendekatan penelitian, dan metode penelitian (Sultanna, et al., 2018: 153).

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Jusuf Fadilah, pada tahun 2019. Peneliti melakukan penelitiannya seputar Logo *Diecast Hot Wheels Treasure Hunt* melalui Analisis Semiotika. Penelitian ini

menggunakan paradigma konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dan teori dari model Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini bahwa peneliti menemukan tiga aspek yang terdapat dalam logo *Diecast Hot Wheels Treasure Hunt*, berupa: denotasi, konotasi, dan mitos. Jurnal penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis berupa objek kajiannya dan teori yang digunakan. Penelitian penulis juga memiliki persamaan dengan jurnal ini berupa Penelitian ini memiliki kesamaan pada paradigma penelitian, pendekatan penelitian, dan metode penelitian (Fadilah, 2019: 141).

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Alen Manggala, pada tahun 2019. Peneliti memfokuskan jurnal penelitiannya pada Analisis Semiotika Logo Ja-alHaq Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Kota Bengkulu. Paradigma penelitian ini menggunakan konstruktivistik dengan pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dan teori dari Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian ini berupa sebuah pemaknaan pada tanda dari logo Ja-alHaq Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Kota Bengkulu. Jurnal penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis berupa objek kajian yang digunakan. Penelitian penulis juga memiliki persamaan dengan jurnal ini berupa Penelitian ini memiliki kesamaan pada paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode dan teori dalam penelitian (Manggola, 2019: 1).

No	Nama (Tahun)	Judul	Paradigma penelitian, metode penelitian, teori penelitian	Hasil	Relavansi	
					Perbedaan	Persamaan
1	John, Asril, dan Agung Eko Budi Waspada (2017)	Analisis semiotika logo rumah makan patinku.	Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dan teori dari model Roland Barthes.	Penelitian ini memperoleh pemaknaan denotatif dan konotatif dari logo rumah makan patinku.	Perbedaan penelitian ini ada pada objek kajiannya dan teori yang digunakan.	Penelitian ini memiliki kesamaan pada paradigma penelitian, pendekatan penelitian, dan metode penelitian.
2	Joko Bintaro, John, dan Finanda (2016)	Kajian semiotika pada logo sanggar reog singo barang	Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik pendekatan kualitatif, metode	Hasil penelitian ini berupa representasi logo sanggar reog singo barang sebagai	Objek yang dikaji dalam penelitian ini menjadi pembeda serta teori yang	Kesamaan pada penelitian ini ada pada paradigma, pendekatan dan metode

		kabupaten Langkat.	deskriptif, dan teori identitas.	identitas yang ditampilkan untuk memperkenalkan, ciri khas lokasi, dan tanda kebudayaan.	digunakan pun berbeda.	yang digunakan.
3	Canditra Sultanna dan Siti Maryam (2018)	Analisis Semiotika Logo <i>Brodo Footwear</i> di Media Sosial <i>Twitter</i>	Paradigma penelitian ini menggunakan konstruktivistik pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dan teori dari Roland Barthes.	Sesuai dengan teori semiotika yang digunakan, maka penelitian ini mendapatkan sebuah makna yang terkandung dalam logo <i>Brodo Footwear</i> .	Penelitian ini mengkaji objek yang berbeda. Teori yang digunakan juga menjadi pembedakan dalam penelitian ini.	Persamaan dalam penelitian ini berupa sama-sama membahas semiotika. Peneliti memakai paradigma, pendekatan, dan metode yang sama

						dalam jurnalnya.
4	Jusuf Fadilah (2019)	Analisis Semiotika Logo <i>Diecast</i> <i>Hot</i> <i>Wheels</i> <i>Treasure</i> <i>Hunt.</i>	Paradigma penelitian ini menggunakan konstruktivistik pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dan teori dari Roland Barthes.	Hasil dari penelitian ini bahwa peneliti menemukan tiga aspek yang terdapat dalam logo <i>Diecast Hot</i> <i>Wheels</i> <i>Treasure</i> <i>Hunt</i> , berupa: denotasi, konotasi, dan mitos.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek kajiannya dan teori semiotika sudut pandangny a pun menjadi pembeda.	Paradigma, pendekatan, dan metode menjadi persamaan pada penelitian ini.

5	Alen Manggala (2019)	Analisis Semiotika Logo Ja- alHaq Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja- alHaq Kota Bengkulu	Paradigma penelitian ini menggunakan konstruktivistik pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dan teori dari Charles Sanders Peirce.	Peneliti mendapatka n sebuah pemaknaan pada tanda dari logo Ja- alHaq Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja- alHaq Kota Bengkulu.	fokus perbedaan dalam penelitian ini adalah objek yang dikaji.	Paradigma, pendekatam , metode, dan teori yang digunakan ya dalam jurnalnya menjadi kesamaan dalam penelitian.
---	----------------------------	---	--	---	--	---

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian sebelumnya bertujuan untuk membandingkan antara peneliti sebelumnya dengan penelitian ini. Penelitian-penelitian diatas, dapat dilihat bahwa objek kajian penelitian yang berbeda dan ada beberapa penelitian yang menggunakan metode berbeda-beda. Penguat sebagai pembeda pada penelitian ini adalah objek penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya dan menggunakan metode Charles Sander Peirce yang berfokus pada konsep filosofi logo, kemudian dianalisis melalui *sign*, *object*, dan *interpretant*.

2) Landasan Teoritis

Penelitian ini dilakukan pada dasarnya untuk menganalisis makna mendalam pada sebuah logo “Depok *Friendly City*”. Penelitian ini mendeskripsikan makna yang ada dan melekat pada sebuah logo dan tidak memaparkan keterkaitan antara variabel yang satu dengan lainnya ataupun uji hipotesis. Pemaparan ini dilakukan untuk menulis makna yang ada pada sebuah logo.

Teori yang ada pada penelitian ini, menurut pertimbangan peneliti sangat relevan dalam konteks mengetahui makna pada sebuah logo. Teori yang membantu penelitian ini diantaranya adalah:

(1) Metode Semiotika Charles Sander Peirce

Semiotika merupakan pengkajian hubungan antara makna, tanda, dan juga objek dalam perusahaan dan lembaga. Tanda-tanda memiliki susunan yang jelas, jika diamati secara teratur melalui suatu sistem dan suatu cara yang diberikan oleh semiotika, dengan arti lain bahwa tanda memiliki makna tertentu yang bukan sebenarnya. Arti semasanya tetap diperbolehkan pada sebuah tanda, tetapi harus teratur, sehingga memiliki pertanggungjawaban dan pendapat yang nyata dan dapat dicerna oleh akal.

Hubungan segitiga makna menjadi beberapa urutan dimana satu sama lain saling mendukung yang dikelompokkan oleh Charles Sander Peirce dalam teori segitiga makna atau. Segitiga makna yang dimaksud oleh Peirce yaitu *sign*, *interpretant*, dan *object*. *Sign*

(*Representamen* atau tanda) merupakan suatu yang dasarnya atas kesepakatan sosial terbangun sebelumnya. *Sign* menjadi cerminan dari realitas, yang ditangkap oleh panca indera, lalu dikonstruksikan melalui kata-kata. *Object* merupakan sesuatu yang merujuk pada tanda. *Object* sebagai sesuatu yang diwakili oleh *representamen* yang berkaitan dengan acuan. *Interpretant* adalah konsep pemikiran dari orang yang memakai tanda dan diturunkan kesuatu makna tertentu (Lubis, 2021: 187).

Teori semiotika dari Charles Sander Peirce menjadi teori dan metode dalam penelitian ini. Segitiga makna yang dicetuskan oleh Charles Sander Peirce digunakan dalam menganalisis logo “Depok *Friendly City*”. Teori dan metode ini sangat cocok untuk mengetahui makna mendalam dari logo “Depok *Friendly City*”. Teori semiotika Charles Sanders Peirce ini digunakan untuk menelaah objek penelitian yang berupa sebuah logo. Teori erat kaitannya dengan makna yang ada dalam sebuah tanda. Logo tentu saja didalamnya memiliki tanda, simbol, atau lambang yang dibuat untuk menyampaikan pesan atau informasi di dalamnya. Keberhasilan logo didukung oleh makna yang dikomunikasikan, dengan teori Charles Sanders Peirce kita dapat mengetahui makna yang bahkan bukan makna sebenarnya dari logo “Depok *Friendly City*”.



Gambar 1. 2 Segitiga Makna

(Sumber: Tinarbuko, 2008)

3) Landasan Konseptual

(1) Komunikasi Visual

Komunikasi visual merupakan penyampaian pesan maupun informasi dengan menggunakan visualisasi. Komunikasi visual sebagai proses penyampaian informasi atau pesan menggunakan bahasa visual guna mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, serta memberitahu, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media) (Yusep, 2020: 23).

Komunikasi visual ini sebagai bentuk penyelesaian masalah komunikasi guna menghasilkan suatu desain yang baru. Elemen-elemen dalam komunikasi visual dapat berupa simbol, makna, dan uraian verbal yang divisualisasikan melalui gambar yang baik dan tipografi. Komunikasi visual ini akan dikaji secara mendalam arti dari pesan yang disampaikan menggunakan bahasa visual melalui semiotika yang dispesifikan lagi kedalam sebuah logo.

Logo “Depok *Friendly City*” sebagai sebuah simbol yang menjadi bagian dari komunikasi visual. Logo tersebut pastinya dibuat untuk mengkomunikasikan arti yang ada didalamnya. Dengan begitu, logo menjadi sebagai bentuk komunikasi visual dari makna mendalam yang ada.

(2) Logo

Logo sebagai identitas yang sering digunakan untuk menandakan sebuah perusahaan, bisnis, komunitas, bahkan organisasi. Logo merupakan sebuah sketsa atau gambar yang memiliki arti dan mewakili suatu arti dari perusahaan, perkumpulan, daerah, negara, produk dan hal lainnya yang memerlukan hal yang singkat serta mudah diingat (Kusrianto, 2009: 2).

Logo sebagai bentuk komunikasi visual yang didalamnya terdapat sebuah simbol, tanda, makna serta uraian verbal yang akan menyampaikan suatu pesan atau informasi dari pengguna logo tersebut. Logo sebagai sesuatu yang menggambarkan citra, karakter, identitas, kekuatan, ciri khas, dan pembeda bagi perusahaan maupun lembaga. Logo juga harus dihadirkan sebanding dan enak dipandang. Prinsip suatu perusahaan atau produk dari sebuah perusahaan menggunakan logo sebagai simbol yang mewakili sosok, wajah, atau eksistensi.

Logo “Depok *Friendly City*” sebagai bentuk identitas Kota Depok. Logo ini merupakan objek yang dikaji dalam penelitian. Logo inilah yang mewakili eksistensi dar Kota Depok. Logo ini yang akan

dicari maknanya secara mendalam menggunakan teori dan metode dari Charles Sanders Peirce.

(3) Kampanye

Kampanye merupakan proses kegiatan komunikasi secara terlembaga yang dikerjakan oleh kelompok atau individu yang memiliki dampak tertentu. Kampanye menurut Rogers dan Storey (Venus, 2009: 7) ialah kegiatan terencana dan berkelanjutan dari komunikasi pada sejumlah khalayak besar yang memiliki dampak tertentu. Empat hal yang terkandung dalam tindakan kampanye komunikasi (Venus, 2009: 7) yaitu: 1) terorganisasinya serangkaian kegiatan komunikasi, 2) sasarannya berupa khalayak besar, 3) memiliki efek tertentu, 4) biasanya dipusatkan pada waktu tertentu.

A. 6 Langkah-langkah Penelitian

Dalam menyusun, menghimpun, dan mengemukakan data penelitian yang diperlukan, maka langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Pemerintahan Kota Depok, Jalan Margonda Raya No. 54, Depok, Kecamatan. Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat 16431. Peneliti memiliki alasan dalam memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian karena peneliti tertarik untuk mencari lebih dalam lagi makna dari logo “Depok *Friendly City*”. Logo tersebut dikeluarkan oleh

Pemerintah Kota Depok, dengan begitu peneliti harus mendatangi Balai Kota Depok untuk mencari makna logo tersebut, terutama pada pihak yang membuat serta mendesain logo “Depok *Friendly City*”.

2) Paradigma Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Paradigma konstruktivistik digunakan pada penelitian ini. Paradigma konstruktivistik yaitu merupakan suatu paham yang berpendapat bahwa kenyataan itu berbagai macam bentuk konstruksi mental, dari pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik mengacu pada orang yang melakukannya. Penulis sepakat dengan paham tersebut, karena realitas dimasyarakat tidak bisa digeneralisasikan pada setiap orang (Salim, 2001: 41).

Alasan peneliti dalam penelitiannya menggunakan paradigma konstruktivistik yaitu bahwa paradigma ini dianggap dapat melihat realitas sosial dari sebuah logo “Depok *Friendly City*” dapat dipahami sebagai realitas yang dikonstruksikan dan bagaimana konstruksi itu terbentuk. Simbol, tanda, serta gambar yang ada pada sebuah logo merupakan suatu konstruksi dari proses hubungan atau interaksi dalam kelompok, masyarakat, dan budaya.

Pendekatan kualitatif digunakan peneliti dalam penelitiannya. Pendekatan kualitatif adalah data deskriptif yang dihasilkan oleh peneliti, yang di mana memakai bermacam pemaknaan yang memiliki keterlibatan banyak metode. Penelitian kualitatif ini data yang diamatinya berdasarkan ungkapan, kehendak, pemaknaan dari subjek penelitian (Mulyana, 2013:

5-11). Pendekatan ini peneliti gunakan untuk memperoleh penafsiran dari makna mendalam yang ada dalam logo tersebut. Penelitian ini dalam penemuan atau fenomenanya juga tidak melalui bentuk hitungan ataupun prosedur statistika, sehingga bersifat kualitatif.

3) Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika dengan model semiotika Charles Sander Peirce. Karakteristik metode semiotika salah satunya mengungkap makna atau pesan dari tanda-tanda. Objek dari penelitian ini adalah sebuah logo, yang dimana terdapat makna atau pesan didalamnya. Metode penelitian digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan. Permasalahan dalam penelitian ini ialah pencarian makna secara mendalam dari sebuah logo. Oleh karena itu, metode semiotika dengan model semiotika Charles Sander Peirce sangat relevan digunakan pada penelitian ini karena penelitian ini akan mengungkapkan secara mendalam makna dari sebuah logo.

4) Jenis Data dan Sumber Data

(1) Jenis data

Jenis data kualitatif merupakan jenis data yang digunakan oleh peneliti. Upaya mencapai yang dibutuhkan pada penelitian, mengidentifikasi jenis data dalam penelitian ini, meliputi:

1. Data dari pihak pemerintah Kota Depok serta orang-orang yang memiliki keterkaitan mengenai identifikasi tanda dan interpretasi terhadap logo “Depok *Friendly City*”.

2. Data dari hasil pengamatan peneliti dilapangkan mengenai identifikasi tanda dan interpretasi terhadap logo “Depok *Friendly City*”.

(2) Sumber data

Peneliti dalam penelitiannya menggunakan sumber data berupa sumber data primer dan sekunder, yaitu:

1. Sumber data primer adalah pihak dari pemerintah Kota Depok serta orang yang memiliki keterkaitan terhadap logo “Depok *Friendly City*”.
2. Sumber data sekunder merupakan dokumen resmi yang diperoleh dari pihak pemerintah Kota Depok dan pihak-pihak terkait seperti arsip, kliping, majalah, buku-buku tentang kehumasan, bulletin, dan lainnya yang membantu sebagai data sekunder.

5) Penentuan Informan Atau Unit Penelitian

Subjek penelitian sebagai informan merupakan orang pada latar penelitian yang berguna untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam penelitian ini subjeknya yaitu pihak dari pemerintah Kota Depok serta orang yang memiliki keterkaitan terhadap logo “Depok *Friendly City*”.

Objek penelitian merupakan sebagai titik fokus atau acuan suatu hal dari penelitian. Titik fokus yang dicermati atau dipecahkan permasalahannya disini berupa materi yang memakai teori yang

berhubungan. Objek utama dalam penelitian yang dicermati adalah informasi serta makna dari logo “Depok *Friendly City*”.

6) Teknik Pengumpulan Data

Observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Peneliti bekerja sebagai perencana, pelaksana mengolektif data, analisis, penafsir, dan pada akhirnya menjadi pelopor perolehan penelitian (Moleong, 2010: 168).

Tahap awal yang dilakukan peneliti yaitu memastikan dahulu logo yang akan dipilih dari sebuah produk, lalu mengamati kemudian menganalisa hasil temuan menggunakan teknik semiotika. Hasil temuan selesai dianalisis, maka ditariklah kesimpulan-kesimpulan bagaimana makna-makna simbol dan tanda-tanda yang diperlihatkan sebuah logo tersebut.

Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan teknik pengamatan non partisipan yang tidak berstruktur, yaitu pengamatan yang hanya melakukan tugas mengamati, dan tidak menjalankan hal lain yang dapat mengganggu susunan unit analisa berupa: tipografi dan gambar, dimana pengamat juga tidak membuat sebuah penyelewengan pada penelitian, semua secara alamiah.

Peneliti mengumpulkan data penelitian secara sendiri. Peneliti dalam penelitiannya menjadi seorang perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data dan pelopor hasil penelitian. Peneliti sendiri

menjadi instrument dan bagian dari penelitiannya. Salah satu metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

(1) Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data pada penelitian ini. Observasi merupakan proses pengamatan aktivitas manusia dan pengaturan fisik secara sistematis yang dimana aktivitas itu berlangsung secara berkelanjutan dari lokus aktivitas sebenarnya untuk mendapatkan sebuah fakta. Teknik observasi ini digunakan untuk mengamati suatu logo dengan menggunakan indera penglihatan (Hasanah, 2016: 26).

Teknik observasi ini menurut peneliti sangat cocok digunakan dalam teknik pengumpulan data. Peneliti akan melakukan pengamatan, mencatat dan menganalisis setiap data dan informasi terkait logo “Depok *Friendly City*” yang didapat.

(2) Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi sebagai metode teknik pengumpulan data penelitian ini. Dokumentasi merupakan peristiwa yang sudah berlalu dicatat. Bentuk dokumen bermacam-macam, seperti gambar, tulisan, bahkan karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2009: 329). Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui cara mempelajari dokumen dalam mendapatkan data atau informasi berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dokumen disini berupa gambar, simbol, maupun tulisan yang terdapat pada logo “Depok

Friendly City". Dokumen dipelajari, diteliti, dan diamati guna memperoleh data atau informasi berupa makna dari logo "Depok *Friendly City*".

7) Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data akan diperoleh melalui proses analisa data yang sudah terkumpul. Teknik keabsahan data salah satunya melalui triangulasi. Triangulasi merupakan pengecekan atau pembanding data melalui bentuk pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan sesuatu yang ada di luar data. Triangulasi memiliki tiga macam, yaitu triangulasi metode, triangulasi teori, triangulasi peneliti, dan triangulasi data atau sumber (Pawito, 2007: 97-100).

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber guna menemukan keabsahan data. Peneliti mencari sumber yang beragam untuk mendapatkan data dengan permasalahan yang sama. Data dari berbagai sumber akan dibandingkan, dicek, dan dianalisa lebih lanjut terkait logo "Depok *Friendly City*".

8) Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan peneliti adalah semiotika Charles Sanders Peirce (teori semiotika Peirce). Tiga elemen utama dari teori semiotika Peirce, yaitu tanda (*sign*), *object* dan *interpretant*. Langkah-langkah dalam penelitian ini adalah penulis mencari konsep filosofis dari sebuah logo. lalu mengidentifikasi tanda dengan menggunakan pembagian

	Proposal Penelitian diperbaiki								
2	Tahap Kedua: Usulan Penelitian								
	Sidang Usulan Penelitian								
	Perbaikan Usulan Penelitian								
3	Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi								
	Penelitian dilaksanakan								
	Data dianalisis dan diolah								
	Penulisan Laporan								
	Bimbingan Skripsi								
4	Tahap Keempat: Sidang Skripsi								
	Bimbingan Akhir Skripsi								
	Sidang Skripsi								

Perbaikan									
Skripsi									

Tabel 1. 2 Jadwa Rencana Penelitian





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG