

Analisis Semiotika Visual Dan Makna Pada Logo “Sampoerna Retail Community”

Iqbal Lukman

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang

Heldi Heldi

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang

Alamat: Jl. Prof. Dr, Hamka, Air Tawar, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat, 25171, Indonesia

Korespondensi penulis: Iqballukman27062001@gmail.com

Abstract. Nowadays, logos have become a form of choice for conveying communication. The logo has become a center of information for the community, but based on the author's interviews with several people related to the community, they have not optimally understood the meaning of the visual Sampoerna Retail Community logo, therefore the author is interested in researching it. The objectives of the research are 1. Know and describe the visuals of the Sampoerna Retail Community logo. 2. Analyze and describe the visual meaning contained in the Sampoerna Retail Community logo. The research method uses descriptive qualitative. With Charles Sanders Peirce's semiotic analysis approach. Through analytical steps, we explore the meaning behind the Sampoerna Retail Community logo: icon, index, symbol and meaning. The results of this research provide an illustration that Sampoerna Retail Community is trying to display its logo by prioritizing the spirit of providing the best service to the community by using icons, indexes, symbols and meanings that are appropriate to display to the public and consumers. The results of the researchers found that there are six visual parts contained in the Sampoerna Retail Community logo. There are six meanings, namely: 1. A place and location for shopping. 2. A woven logogram with the nature of mutual cooperation. 3. The color red symbolizes enthusiasm. 4. The color white symbolizes purity and comfort. 5. SRC text fosters a modern feel. 6. Close means being everywhere, thrifty means affordable prices, friendly means friendly and welcoming. This is what the public needs to know.

Keywords: Sampoerna Retail Community, Logos, meaning,

Abstrak. Pada masa sekarang logo menjadi salah satu pilihan bentuk dalam menyampaikan sebuah komunikasi. Logo menjadi sebagai pusat informasi untuk masyarakat namun berdasarkan wawancara penulis dengan beberapa orang relasi yang terkait masyarakat belum optimal memahami makna dari visual logo Sampoerna Retail Community oleh karena itu penulis tertarik menelitinya. Tujuan dari penelitian adalah 1. Mengetahui dan mendeskripsikan visual dari logo Sampoerna Retail Community. 2. Menganalisis dan mendeskripsikan makna visual yang terkandung pada logo Sampoerna Retail Community. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif. Dengan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Melalui langkah-langkah analisis mengeksplorasi makna yang terkandung di balik logo Sampoerna Retail Community ini: ikon, indeks, simbol dan makna. Hasil dari penelitian ini memberikan gambaran bahwa Sampoerna Retail Community berupaya menampilkan logo dengan mengedepankan semangat untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dengan menggunakan ikon, indeks, simbol, dan makna yang sesuai untuk ditampilkan kepada masyarakat dan para konsumen. Hasil dari peneliti ditemukan bahwa terdapat enam bagian visual yang terdapat pada logo Sampoerna Retail Community. Terdapat enam makna yaitu: 1. Sebuah wadah dan lokasi berbelanja. 2. Logogram bentuk anyaman dengan sifat gotong royong. 3. Warna merah melambangkan semangat. 4. Warna putih melambangkan suci dan nyaman. 5. Teks SRC menumbuhkan nuansa modern. 6. Dekat menandakan ada dimana-mana, Hemat bermakna harga terjangkau, Bersahabat memiliki makna ramah dan tamah. Inilah yang perlu diketahui oleh masyarakat.

Kata kunci: Sampoerna Retail Community, Logo, Makna,

LATAR BELAKANG

Perkembangan logo pada masa kini menjadi sebuah identitas yang tak tergantikan dalam sebuah perusahaan. Banyak perusahaan-perusahaan besar menggunakan logo sebagai

identitas mereka dan menjadi ciri khas yang dapat dikenali oleh masyarakat. Oleh karena itu logo menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan ataupun sebuah komunitas.

Sampoerna Retail Community atau bisa di singkat dengan SRC merupakan komunitas toko grosir yang ada di Indonesia. Logo SRC berbentuk sebuah tas yang berwarna putih, dengan disampingnya terdapat tulisan SRC yang juga berwarna putih. Serta warna merah sebagai background dan terdapat motif persegi yang berbentuk abstrak kemudian dibawah logo tersebut ada kalimat Dekat, Hemat, Bersahabat di bawah logo tersebut.

Untuk mengetahui lebih dalam mengenai logo SRC penulis melakukan survey ke beberapa orang. Dari beberapa orang yang penulis survey di dapat kan 3 narasumber yaitu masyarakat/konsumen, mahasiswa, dan pedagang yang bermitra dengan pihak SRC. Dari hasil survey yang dilakukan penulis kepada ketiga orang tersebut. Penulis berkesimpulan Terdapat ketidaktahuan dan ketidapahaman narasumber dalam mengenali visual dan makna pada logo SRC.

Salah satu penelitian relevan dengan penelitian ini merujuk ke penelitian Ukon Furkon Sukanda (2020) dari Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang dengan judul Karya Ilmiah "MAKNA LOGO PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)". Dari karya tersebut memiliki perbedaan pada subjek yang diteliti dan pencarian makna dari logo. Peneliti tidak berfokus kepada makna saja namun juga mencari visual pada logo yang akan di analisa.

Penelitian ini memiliki tujuan berupa 1. Mengetahui dan mendeskripsikan visual dari logo Sampoerna Retail Community. 2. Menganalisi dan mendeskripsikan makna visual yang terkandung pada logo Sampoerna Retail Community.

KAJIAN TEORITIS

1. Teori Semiotika

Semiotika berasal dari kata Yunani, yaitu: semeion yang berarti tanda. Menurut Piliang (2019: 77), kajian semiotika sebagai metode penelitian dalam berbagai disiplin ilmu dimungkinkan karena wacana sosial yang berbeda lebih dipandang sebagai fenomena bahasa.

2. Semiotika Komunikasi Visual

Menurut Tinarbuko (2009) Penggabungan antara semiotika dengan desain komunikasi visual menghasilkan ilmu bernama semiotika komunikasi visual.

3. Semiotika Charles Sander Pierce

Menurut Charles Sander Pierce tanda adalah "Sesuatu yang bagi seseorang berfungsi sebagai wakil dari sesuatu yang lain dalam hal atau kapasitas tertentu" (Eco, 2011:21).

Pierce (dalam Sobur, 2009) membagi objek menjadi ikon, indeks, dan symbol yakni:

- a) Ikon adalah tanda yang memiliki hubungan dengan penandanya dikarenakan kesesuaiannya dan kesamaannya.
- b) Indeks adalah hubungan antara tanda dan rujukannya berdasarkan kedekatan eksistensial.
- c) Simbol adalah tanda yang sifatnya arbitrer dan memiliki hubungan dengan penanda melalui kesepakatan atau kontrak bersama.

4. Komunikasi

Komunikasi secara sederhana dapat terjadi ketika ada kesamaan antara orang yang menyampaikan pesan dan orang yang menerima pesan tersebut. Komunikasi menyarankan bahwa suatu makna, pikiran, atau pesan dianut secara sama. Tetapi dalam defines kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada berbagai hal cara, seperti dalam kalimat “Kita berbagai pikiran,” “Kita mendiskusikan makna,” dan “Kita mengirim pesan” (Mulyana,2008:46).

5. Logo

Menurut Kusrianto (2009) menjelaskan bahwa logo adalah identitas yang di gunakan untuk menggambarkan indentitas dan karakter suatu Lembaga atau perusahaan maupun organisasi.

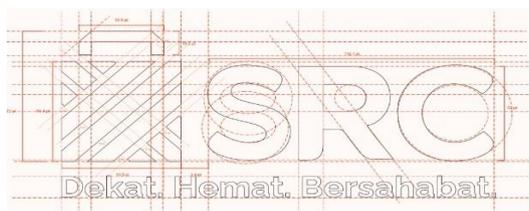
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2016: 9) penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan dalam kondisi alamiah, peneliti menjadi alat kunci dalam penelitian. Peneliti mengumpulkan data dengan cara gabungan, analisis dilakukan secara induktif, dan hasil penelitian menekankan pada makna. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif interpretatif dengan mengamati orang-orang di lingkungannya. Oleha karena itu tulisan ini bermaksud untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis bagian seperti ikon, indeks, symbol dan makna yang ada pada logo Sampoerna Retail Community

Penentuan makna pada penelitian dilakukan dengan cara menganalisis objek penelitian. Kemudian hasil dari penelitian ditarik kesimpulan umum dalam penelitian. Hasil dari kesimpulan tersebut dijabarkan berupa ikon, indeks, simbol dan makna sebagai acuan dalam menganalisis logo Sampoerna Retail Community dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Pierce.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Tanda Visual Pada Logo “Sampoerna Retail Community”



Gambar 9 Logo Grid dari SRC

Sumber: Iqbal Lukman 2023

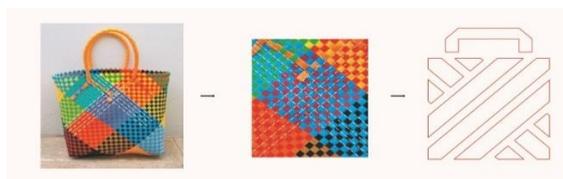
Logo grid adalah alat bantu *Design Ordering System* yang dibuat dengan menggunakan bentuk untuk menciptakan keselarasan geometris pada sebuah logo atau membantu memahami konstruksi untuk rekonstruksi logo.



Gambar 10. Logogram dan logotype dari Logo Sampoerna Retail Community

Sumber: Iqbal Lukman 2023

Jenis logo yang digunakan pada logo SRC ini merupakan gabungan antara logogram dan logotype karena menggunakan gambar dan tulisan.



Gambar 11. Tas belanja dan Garis Bersilangan

Sumber: Iqbal Lukman 2023

Bentuk logo SRC yang mirip dengan bentuk tas belanja dengan garis-garis berpotongan dibuat agar masyarakat lebih mudah mengenali bentuk ikon tersebut. Garis-garis berpotongan memiliki bentuk yang menyerupai sebuah anyaman.



Gambar 12. Kalimat SRC disamping Ikon Tas Belanja

Sumber: Iqbal Lukman 2023

Pada logo SRC terdapat kalimat SRC yang berada disamping ikon tas belanjaan. Tulisan SRC disamping semata-mata untuk memperjelas bahwa logo ini merupakan logo dari Sampoerna Retail Community.



Gambar 13. Tagline SRC

Sumber: Iqbal Lukman 2023

Logo SRC memiliki *tagline* “Dekat, Hemat, Bersahabat” diciptakan untuk menguatkan *positioning* dari pihak SRC agar menjadi pilihan utama masyarakat. Dan tidak lupa juga untuk turut membantu memajukan UMKM masyarakat agar lebih maju dan berkembang.



Gambar 14. Warna Yang Digunakan Pada Logo SRC

Sumber: Iqbal Lukman 2023

Warna merah dan putih yang digunakan pada logo SRC memiliki arti yang berbeda-beda. Warna merah relatif baik untuk toko kelontong karena dapat mempengaruhi visual dan psikologi masyarakat sekitar. Selain itu, warna merah sangat sering digunakan sebagai identitas perusahaan pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang grosir dan kuliner. Sedangkan warna putih merupakan warna yang termasuk dalam kategori warna sejuk yang mampu menciptakan kesan bersih dan nyaman, sehingga warna putih sering dijumpai pada setiap kantor atau instansi yang mengutamakan kebersihan dan kenyamanan.



Gambar 15. Area Isolasi Logo

Sumber: Brand SRC Id 2023

Pada logo tersebut memiliki area isolasi logo yang mana bertujuan untuk memberikan jarak ruang kosong pada logo dengan ukuran sama dengan $\frac{1}{3}$ kali tinggi logo (h), yang digambarkan secara kasat mata di sekeliling logo untuk menciptakan batas area isolasi.

2. Analisis Ikon, indeks, simbol dan Makna Dalam Logo Sampoerna Retail Community

Berdasarkan teori Charles Sanders Pierce dalam Nurgiantoro (2010) hubungan tanda ada tiga bentuk yang perlu diketahui yaitu :

- a. Ikon adalah hubungan antara suatu tanda dengan rujukannya yang mengandung kesamaan.

- b. Indeks merupakan hubungan tanda dengan wujudnya yang berupa kedekatan eksistensial.
- c. Simbol adalah hubungan antara suatu tanda dengan bentuk konvensionalnya

Table 1. Analisis Ikon, indeks, simbol, dan Makna

NO	GAMBAR	IKON	INDEKS	SIMBOL	MAKNA
1		Tas belanjaan mewakili konsumtif dan informatif	Menggambarkan tas belanjaan menjadi lokasi untuk berbelanja masyarakat	Tas belanjaan melambangkan sebuah wadah	Pada logogram tas belanjaan tersebut merupakan sebuah wadah yang menggambarkan sifat konsumtif dan informatif sekaligus menjadi lokasi untuk masyarakat berbelanja disana.
2		Menggambarkan semangat saling berkerjasama	Garis Bersilangan mewakili tiga tangan dari stakeholder yaitu konsumen, pekerja, dan mitra.	Garis Bersilangan berbentuk Anyaman	Pada logogram Garis bersilangan merupakan suatu bentuk anyaman yang menggambarkan semangat saling berkerjasama dan memiliki nilai gotong royong antar tiga stakeholder yaitu konsumen, pekerja, dan mitra.
3	 Red HEX #FF0000 RGB 255, 0, 0 CMYK 13, 100, 100, 4	Merah melambangkan kesan kekuatan, keberanian, energi, semangat, cinta, perjuangan.	Mencerminkan sifat karakter dari SRC	Warna Merah	Warna merah melambangkan kesan kekuatan, keberanian, energi, semangat, cinta, dan perjuangan. Serta warna merah mampu mengambil fokus masyarakat dikarenakan warnanya yang mencolok.
4	 White HEX #FFFFFF RGB 255, 255, 255 CMYK 0, 0, 0, 0	Putih adalah warna yang asli, tidak ada campuran apapun. Maka sering diartikan sebagai warna yang suci, bersih, dan murni.	Mencerminkan sifat karakter dari SRC	Warna Putih	Warna putih memiliki kesan yang asli, suci, bersih, nyaman, damai, cahaya, dan bersatu.
5		Teks SRC merupakan singkatan atau inisial dari Sampoerna Retail Community yang dibuat menggunakan font berjenis Sans Serif yang memang relative mampu menumbuhkan nuansa modern, simple, dan menyiratkan progress, keramahan dan kemudaan (<i>youth</i>).	Tulisan SRC dalam logo ini di buat menggunakan huruf kapital. Penulisan ini melambangkan sebuah ketegasan dan juga kejelasan yang ada dalam komunitas SRC.	Pada logotype bernama SRC yang mana singkatan dari Sampoerna Retail Community	Pada teks SRC dibuat dengan huruf kapital dan menggunakan font berjenis Sans Serif yang memang relative mampu menumbuhkan nuansa modern, simple, dan menyiratkan progress, keramahan dan kemudian (<i>youth</i>).
6		Teks Dekat Hemat Bersahabat merupakan sebuah tagline yang di buat menggunakan font berjenis San Serif yang mampu menumbuhkan	Tulisan Dekat, Hemat, Bersahabat di buat dengan menggunakan huruf kapital dan	Pada Logotype ini merupakan tagline. Yang menggunakan huruf tebal dan melengkung	Pada kalimat tagline yang bertuliskan Dekat, Hemat, Bersahabat dibuat menggunakan huruf kapital dan huruf kecil yang mana melambangkan sebuah ketegasan dan kejelasan. Dengan menggunakan font berjenis san serif yang

NO	GAMBAR	IKON	INDEKS	SIMBOL	MAKNA
		karakter tegas dan solid	huruf kecil. Penulisan ini melambangkan sebuah ketegasan dan kejelasan.		mampu menumbuhkan karakter tegas dan solid. Pada tulisan Dekat memiliki makna bahwa SRC ada dimana-mana dan mampu dijangkau oleh seluruh masyarakat. Hemat yang bermakna harga yang dijual masih terjangkau dengan kualitas yang bagus. Bersahabat memiliki makna SRC mengedepankan pelayanan ramah dan tamah pada setiap konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kesimpulan yang didapat diketahui terdapat enam bagian visual yang ada pada logo Sampoerna Retail Community. Jikalau dilihat dari pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dari enam bagian visual logo SRC maka ditemukanlah beberapa temuan mengenai ikon, indeks, simbol dan makna sebagai berikut :

1. Ikon

Pada visual pertama ikon merupakan tas belanjaan mewakili konsumtif dan informatif. Pada visual kedua ikon menggambarkan semangat saling berkerjasama. Pada visual ketiga ikon merah melambangkan kesan kekuatan, keberanian, energi, semangat, cinta, dan perjuangan. Pada visual keempat ikon putih adalah warna asli, tidak ada campuran. Maka sering diartikan sebagai warna yang suci, bersih, dan murni. Pada visual kelima ikon kalimat SRC merupakan singkatan atau inisial dari Sampoerna Retail Community yang dibuat menggunakan font sans serif yang menumbuhkan nuansa modern, simple, dan keramahan. Pada visual keenam ikon teks dekat, hemat, bersahabat merupakan sebuah tagline yang dibuat menggunakan font sans serif yang mampu menumbuhkan karakter tegas dan solid.

2. Indeks

Pada visual pertama indeks menggambarkan tas belanjaan menjadi lokasi untuk berbelanja masyarakat. Pada visual kedua indeks garis bersilangan mewakili tiga tangan dari stakeholder yaitu konsumen, pekerja, dan mitra. Pada visual ketiga indeks mencerminkan sifat karakter dari SRC. Pada visual keempat indeks mencerminkan sifat dan karakter dari SRC. Pada visual kelima indeks tulisan SRC dalam logo ini dibuat menggunakan huruf kapital. Penulisan ini melambangkan sebuah ketegasan dan juga kejelasan yang ada dalam komunitas SRC. Pada visual keenam indeks tulisan dekat, hemat, bersahabat dibuat dengan menggunakan huruf kapital dan huruf kecil. Penulisan ini melambangkan sebuah ketegasan dan kejelasan.

3. Simbol

Pada visual pertama simbol tas belanja melambungkan sebuah wadah. Pada visual kedua simbol garis bersilangan berbentuk anyaman. Pada visual ketiga simbol warna merah. Pada visual keempat simbol berwarna putih. Pada visual kelima simbol logotype SRC yang mana singkatan dari Sampoerna Retail Community. Pada visual keenam logotype merupakan tagline. Yang menggunakan huruf tebal dan melengkung.

4. Makna

Pada visual pertama makna Pada logogram tas belanja tersebut merupakan sebuah wadah yang menggambarkan sifat konsumtif dan informatif sekaligus menjadi lokasi untuk masyarakat berbelanja disana. Pada visual kedua makna Pada logogram Garis bersilangan merupakan suatu bentuk anyaman yang menggambarkan semangat saling berkejasama dan memiliki nilai gotong royong antar tiga stakeholder yaitu konsumen, pekerja, dan mitra. Pada visual ketiga Warna merah melambungkan kesan kekuatan, keberanian, energi, semangat, cinta, dan perjuangan. Serta warna merah mampu mengambil fokus masyarakat dikarenakan warnanya yang mencolok. Pada visual keempat Warna putih memiliki kesan yang asli, suci, bersih, nyaman, damai, cahya, dan bersatu. pada visual kelima Pada teks SRC dibuat dengan huruf kapital dan menggunakan font berjenis Sans Serif yang memang relative mampu menumbuhkan nuansa modern, simple, dan menyiratkan progress, keramahan dan kemudian (youth). Pada visual keenam Pada kalimat tagline yang bertuliskan Dekat, Hemat, Bersahabat dibuat menggunakan huruf kapital dan huruf kecil yang mana melambungkan sebuah ketegasan dan kejelasan. Dengan menggunakan font berjenis san serif yang mampu menumbuhkan karakter tegas dan solid. Pada tulisan Dekat memiliki makna bahwa SRC ada dimana-mana dan mampu di jangkau oleh seluruh masyarakat. Hemat yang bermakna harga yang dijual masih terjangkau dengan kualitas yang bagus. Bersahabat memiliki makna SRC mengedepankan pelayanan ramah dan tamah pada setiap konsumen

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah penulis teliti, terdapat saran, di antaranya adalah makna yang terkandung dalam logo komunitas grosir yaitu logo Sampoerna Retail Community ini ingin mencoba menampilkan sebuah logo yang mudah diingat. Salah satu ciri logo yang baik adalah mempunyai tampilan yang unik namun simple. Namun logo yang ditampilkan belum cukup untuk mewakili sebuah Komunitas grosir tersebut. Hendaknya lebih menonjolkan ciri khas agar dapat lebih di kenali oleh masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Piliang, Yasraf Amir, 2019. *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, gaya, & Matinya Makna*. Bandung, Pustaka Matahari.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eco, Umberto. 2011. *Teori Semiotika: Signifikasi Komunikasi, Teori Kode, serta Teori Sobur*, Alex, (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kusrianto, Adi, 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.