

# WARNARUPA

Januari 2021

Journal of  
Visual  
Communication  
Design

WARNARUPA  
VOL 2



p-ISSN 2745-5807  
e-ISSN 2747-0288

PUBLISHED BY



# WARNARUPA

**(Journal of Visual Communication Design)**

Daftar Isi (Table Of Content)

TINJAUAN SEMIOTIKA SALAH SATU LOGO 16 SUBSEKTOR PARINKRAF “STYLY”

**Dewi Intan Kurnia, Zalzulifa dan Muhammad Fariq Baihaqi**

TINJAUAN SEMIOTIKA SALAH SATU LOGO 16 SUBSEKTOR PARINKRAF “CRAFTY”

**Heri Wijayanto, Zalzulifa dan Muhammad Shonhaji**

TINJAUAN SEMIOTIKA SALAH SATU LOGO 16 SUBSEKTOR PARINKRAF “PUBLY”

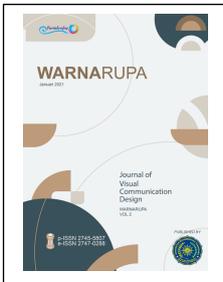
**Widya Oktary Setiawardhani , Zalzulifa dan Naufal Adwithiya Alhasni**

REPRESENTASI KELAS SOSIAL DALAM IKLAN MEIKARTAVERSI “AKU INGIN  
PINDAH KE MEIKARTA” DI MEDIA YOUTUBE (Analisis Semiotika John Fiske)

**Risqi Inayah Dwijayanti dan Ravky Allaam Karono**

RISSET ANALISIS UNSUR VISUAL PADA KOMIK DIGITAL GENG KOMUNIKA PADA  
PLATFORM WEBTOON

**Rizal Bay Khaqi dan Fariz Fadhil Heryanto**



**WARNARUPA**

*Journal of Visual Communication Design*

Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/WARNARUPA>

T

---

**TINJAUAN SEMIOTIKA SALAH SATU  
LOGO 16 SUBSEKTOR PARINKRAF**

**“CRAFTY”**

**<sup>1</sup>Heri Wijayatnto, S.Sn, M.Sn**

**<sup>2</sup>Dr. Zalzulifa, M.Pd,**

**<sup>3</sup>Muhammad Shonhaji**

Email: dewii.notifikasi@gmail.com

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Muhammadiyah TangerangJl.

Perintis Kemerdekaan I/33 Cikokol Kota Tangerang 15118

**ABSTRAK** PARINKRAF adalah Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif yang meliputi Prodi Pariwisata, Prodi Periklanan, Prodi Transportasi, dan Prodi Desain Komunikasi Visual. Fakultas ini meriset 16 Subsektor Keilmuan yang di implementasikan menjadi 16 logo, salah satunya logo Cafty yang diartikan sebagai logo dengan bidang style Purwarupa dengan visual ular sebagai symbol kecepatan tren dalam dunia Purwarupa, logo ini akan di ulas dengan pisau semiotika dari keilmuan Desain Komunikasi Visual. Semiotika, juga dikenal sebagai studi semiotik atau semiologi, adalah studi tentang tanda dan simbol serta makna dan kegunaannya. Sehubungan dengan logo, semiotika memainkan peran penting dalam memahami bagaimana sebuah logo mengkomunikasikan makna kepada audiensnya. Logo adalah representasi visual dari merek atau perusahaan dan dirancang untuk mengkomunikasikan nilai, kepribadian, dan esensi merek melalui elemen visualnya seperti warna, bentuk, dan tipografi. Semiotika dapat membantu kita memahami berbagai makna dan

asosiasi yang dimiliki elemen visual ini di benak audiens, dan bagaimana mereka berkontribusi pada keseluruhan makna dan pesan yang disampaikan oleh logo. Misalnya, logo dengan warna merah dapat dikaitkan dengan semangat, energi, dan kegembiraan, sedangkan warna biru dapat dikaitkan dengan kepercayaan, keandalan, dan profesionalisme. Bentuk logo, apakah itu bulat atau bersudut, juga dapat menyampaikan makna dan emosi yang berbeda. Tipografi dan pemilihan font juga dapat mempengaruhi pesan yang disampaikan oleh logo. Oleh karena itu, semiotika memainkan peran penting dalam mendesain logo yang efektif yang mengkomunikasikan pesan yang diinginkan kepada khalayak sasaran. Dengan memahami berbagai arti dan asosiasi yang dimiliki elemen visual, desainer logo dapat membuat logo yang menyampaikan pesan yang tepat dan memberikan dampak yang diinginkan pada audiens mereka.

***Kata Kunci:*** Semiotika, Logo, Desain Logo

*ABSTRACT PARINKRAF is the Faculty of Tourism and Creative Industries which includes Tourism Study Program, Advertising Study Program, Transportation Study Program, and Visual Communication Design Study Program. This faculty researched 16 scientific sub-sectors which were implemented into 16 logos, one of which was the Cafty logo which was interpreted as a logo with a Prototype style field with a visual rabbit as a symbol of the speed of trends in the Prototype world, this logo will be reviewed with a semiotic knife from the science of Visual Communication Design. Semiotics, also known as the study of semiotics or semiology, is the study of signs and symbols and their meanings and uses. With respect to logos, semiotics plays an important role in understanding how a logo communicates meaning to its audience. A logo is a visual representation of a brand or company and is designed to communicate a brand's values, personality and essence through its visual elements such as color, shape and typography. Semiotics can help us understand the various meanings and associations that these visual elements have in the minds of the audience, and how they contribute to the overall meaning and message conveyed by the logo. For example, a logo in red may be associated with passion, energy and excitement, while blue may be associated with trust, reliability and professionalism. The shape of a logo, whether it is round or angular, can also convey different meanings and emotions. Typography and font selection can also influence the message conveyed by a logo. Therefore, semiotics plays an important role in designing an effective logo that communicates the desired message to the target audience. By understanding the different meanings and associations that*

*visual elements have, logo designers can create logos that convey the right message and have the desired impact on their audience.*

**Keywords:** *Semiotics, Logo, Logo Design*

## **1. Introduction**

Semiotika adalah studi tentang tanda dan simbol dalam bahasa dan budaya, termasuk bagaimana tanda dan simbol digunakan untuk menyampaikan makna. Konsep dasar dalam semiotika adalah bahwa tanda terdiri dari dua bagian: signifier (pembawa tanda) dan signified (makna yang dikodekan). Teori semiotika termasuk teori strukturalisme, poststrukturalisme, dan semiotika sosial.

Dalam jurnal semiotika, penulis dapat menggunakan berbagai metode dan teknik analisis semiotika, seperti analisis wacana, analisis naratif, dan analisis visual. Analisis semiotika bertujuan untuk mengungkapkan makna yang tersirat di balik tanda dan simbol dalam teks atau gambar, serta untuk mengeksplorasi bagaimana tanda dan simbol dapat dipahami dalam konteks budaya dan sosial yang lebih luas.

Pada umumnya, jurnal semiotika akan memuat artikel-artikel penelitian yang meliputi teori semiotika dan aplikasinya dalam berbagai konteks, seperti sastra, film, media, politik, dan budaya populer. Artikel tersebut biasanya diulas dan direview oleh para ahli semiotika sebelum dipublikasikan.

Charles Sanders Peirce adalah seorang filsuf dan ilmuwan semiotika Amerika yang dianggap sebagai salah satu pendiri disiplin semiotika. Menurut Peirce, semiotika adalah studi tentang tanda, termasuk bagaimana tanda memberikan informasi tentang objek dan dunia sekitarnya.

Peirce membagi tanda menjadi tiga kategori utama, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang menunjukkan hubungan visual dengan objek yang diwakilinya, sedangkan indeks adalah tanda yang menunjukkan hubungan kausal atau kontekstual dengan objek. Simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan konvensional antara tanda dan objek yang diwakilinya.

Menurut Peirce, tanda bukan hanya sekedar lambang atau representasi dari objek, melainkan juga memiliki sifat-sifat intrinsik yang memungkinkan mereka memberikan informasi tentang dunia. Peirce juga mengemukakan konsep semiotika sebagai proses yang terus-menerus dan dinamis, yang melibatkan interpretasi dan penggunaan tanda dalam komunikasi.

Peirce juga mengembangkan konsep semiotika sebagai ilmu yang berhubungan dengan logika, epistemologi, dan ontologi. Ia menganggap bahwa semiotika adalah ilmu yang penting dalam memahami bagaimana manusia memperoleh pengetahuan dan membuat kesimpulan tentang dunia sekitarnya.

Parinkraf adalah sebuah Fakultas Pariwisata dan industry kreatif yang memiliki 4 prodi dengan merujuk ke 16 subsektor riset yang bisa di implementasikan ke dalam bidang penelitian,



Gambar 1.1 16 Subsektor Patinkraf

Diantara subsektor tersebut terdapat sebuah bidang ilmu tentang KEPURWARUPAAN yang di tandakan dengan logo CRAFTY.

Dalam proses perancangan logo ini, para mahasiswa menggunakan konsep dasar bentuk ular yang melambangkan kekuatan, keanggunan, dan ketangkasan. Bentuk ular juga sering dihubungkan dengan simbol keberuntungan dan kekuasaan dalam beberapa kebudayaan di Indonesia.

Bentuk ular dalam logo Crafty Ilmu Purwarupa dilukis secara melingkar berkelok. Golden ratio ini menciptakan kesan gerakan yang dinamis dan menggambarkan kecepatan serta ketangkasan seperti ular yang meluncur di atas permukaan tanah. Bentuk ular ini kemudian diintegrasikan dengan unsur-unsur lainnya dalam logo, seperti huruf dan simbol, untuk menciptakan kesan yang lebih

utuh dan bermakna.

Warna coklat dalam ilmu desain memiliki berbagai makna dan dapat digunakan dalam berbagai konteks desain. Berikut adalah beberapa pengertian dan penggunaan warna coklat dalam desain:

Alam dan alami - Warna coklat sering dikaitkan dengan alam, keberlanjutan, dan bahan-bahan alami. Hal ini karena warna coklat dapat ditemukan pada bahan-bahan seperti kayu, tanah, dan batu-batuan. Dalam desain, warna coklat sering digunakan untuk produk atau merek yang berhubungan dengan alam, seperti perusahaan penghijauan atau produk-produk organik.

Tradisional dan klasik - Warna coklat sering dianggap sebagai warna yang klasik dan tradisional. Hal ini terutama karena coklat digunakan dalam bahan-bahan seperti kayu, kulit, dan kertas alami yang digunakan dalam pembuatan buku dan dokumen klasik. Warna coklat sering digunakan dalam desain untuk menciptakan kesan yang tahan lama, bermartabat, dan klasik.

Kemewahan dan elegan - Warna coklat tua atau coklat gelap sering dianggap sebagai warna yang mewah dan elegan. Hal ini karena warna coklat tua atau coklat gelap dapat memberikan kesan yang kaya dan mewah seperti halnya pada perhiasan atau produk-produk kulit mahal. Warna coklat tua atau coklat gelap sering digunakan dalam desain untuk menciptakan kesan yang elegan dan mewah.

Rustik dan kasual - Warna coklat terang atau coklat muda sering dikaitkan dengan kesan rustik dan kasual. Hal ini karena warna coklat terang atau coklat muda dapat memberikan kesan yang hangat dan santai seperti halnya pada kayu jati yang dipakai untuk furnitur rumah. Warna coklat terang atau coklat muda sering digunakan dalam desain untuk menciptakan kesan yang santai dan rustik.

Tidak menarik perhatian - Warna coklat sering dianggap sebagai warna netral yang tidak menarik perhatian secara berlebihan. Hal ini karena warna coklat sering dianggap sebagai warna yang tenang dan tidak menonjolkan diri. Warna coklat sering digunakan dalam desain sebagai warna latar belakang atau sebagai warna

yang mendukung warna-warna yang lebih cerah dan menarik perhatian.

Secara keseluruhan, logo Crafty Ilmu Purwarupa yang berbentuk ular menciptakan kesan yang kuat dan bermakna. Bentuk ular yang melambangkan kekuatan, keanggunan, dan ketangkasan dipadukan dengan elemen desain yang elegan dan profesional serta warna yang bermakna, menciptakan sebuah identitas visual yang kuat dan memperkuat citra subsektor.

## **2. Methods**

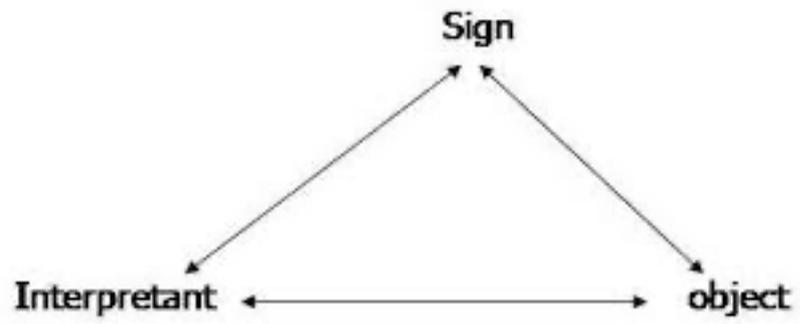
Metode penelitian semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce dapat diterapkan dalam analisis logo. Berikut adalah langkah-langkah dalam menggunakan metode semiotika Peirce dalam analisis logo: Identifikasi tanda-tanda dalam logo - Langkah pertama adalah mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam logo. Tanda-tanda dapat berupa bentuk, warna, huruf, dan simbol yang terdapat dalam logo.

Analisis ikon, indeks, dan simbol - Setelah tanda-tanda dalam logo diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menganalisis tiga jenis tanda menurut Peirce, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang memiliki hubungan visual dengan objek yang direpresentasikan, indeks adalah tanda yang memiliki hubungan kausal dengan objek yang direpresentasikan, dan simbol adalah tanda yang memiliki hubungan konvensional dengan objek yang direpresentasikan.

Identifikasi hubungan antara tanda-tanda - Setelah menganalisis tiga jenis tanda, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi hubungan antara tanda-tanda dalam logo. Hubungan antara tanda-tanda dapat menjadi petunjuk tentang makna atau pesan yang ingin disampaikan melalui logo tersebut.

Interpretasi makna logo - Setelah tanda-tanda dan hubungan antara tanda-tanda dalam logo diidentifikasi, langkah terakhir adalah menginterpretasikan makna logo secara keseluruhan. Hal ini melibatkan penggabungan semua informasi tentang tanda-tanda dan hubungan antara tanda-tanda dalam logo untuk memahami makna dan pesan yang ingin disampaikan melalui logo.

Dalam penelitian semiotika, analisis logo dapat melibatkan pengamatan dan wawancara dengan responden untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana logo dipahami dan diartikan oleh audiens.

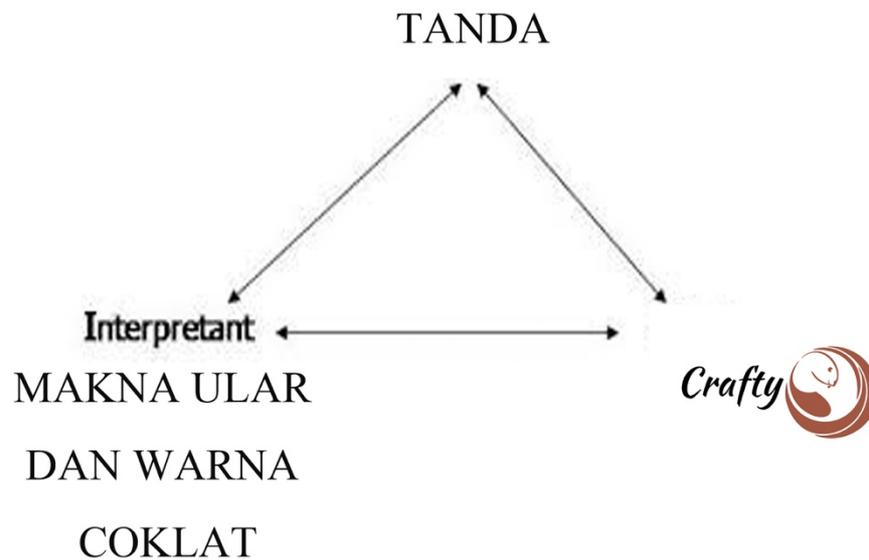


Gambar 2.1 Charles Sanders Peirce



Gambar 2.2 Logo Crafty

### 3. Results and Discussion



Gambar 3.1 Metode Logo Crafty

Identifikasi tanda-tanda dalam logo - Langkah pertama adalah mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam logo. Tanda-tanda yang terkait dengan logo seni bentuk ular warna coklat ini adalah gambar ular dan warna coklat.

Analisis ikon, indeks, dan simbol - Setelah tanda-tanda dalam logo diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menganalisis tiga jenis tanda menurut Peirce, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Dalam logo seni bentuk ular warna coklat ini, gambar ular dapat dianggap sebagai tanda ikon karena gambar tersebut merepresentasikan ular secara visual. Sementara itu, warna coklat dapat dianggap sebagai tanda simbol karena warna tersebut memiliki konvensi tertentu dalam budaya tertentu.

Identifikasi hubungan antara tanda-tanda - Setelah menganalisis tiga jenis tanda, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi hubungan antara tanda-tanda dalam logo. Gambar ular

dan warna coklat dapat dihubungkan secara indeksikal karena ular umumnya memiliki warna coklat atau kecoklatan. Hal ini menunjukkan bahwa gambar ular dan warna coklat dalam logo memiliki hubungan yang erat dan saling memperkuat satu sama lain.

Interpretasi makna logo - Setelah tanda-tanda dan hubungan antara tanda-tanda dalam logo diidentifikasi, langkah terakhir adalah menginterpretasikan makna logo secara keseluruhan. Logo seni bentuk ular warna coklat ini dapat diartikan sebagai simbol dari kekuatan, ketangkasan, dan kelincahan, karena ular sering dianggap sebagai binatang yang memiliki sifat-sifat tersebut. Selain itu, warna coklat dalam logo juga dapat memberikan nuansa kehangatan dan kealamian.

### 3.1 Implementation of the Theory Used

Mengkomunikasikan nilai-nilai positif - Ular dapat diartikan sebagai simbol dari kekuatan, ketangkasan, kelincahan, kebijaksanaan, dan keberanian. Dengan menggabungkan gambar ular dengan desain logo seni, nilai-nilai positif tersebut dapat dikomunikasikan kepada khalayak.

Meningkatkan daya tarik visual - Gambar ular yang dipadukan dengan desain yang menarik dan sesuai dengan karakteristik bisnis atau produk dapat menambah daya tarik visual dari logo seni tersebut. Hal ini dapat membantu logo seni tersebut lebih mudah diingat oleh konsumen.

Meningkatkan kesan profesional - Desain logo seni yang menggunakan gambar ular dapat memberikan kesan profesional dan elegan. Hal ini dapat membantu memperkuat citra merek atau produk yang dimiliki oleh perusahaan atau individu.

Meningkatkan kesan eksklusif - Penggunaan gambar ular pada logo seni juga dapat memberikan kesan eksklusif dan premium, tergantung pada desain yang digunakan. Hal ini dapat membantu meningkatkan harga jual produk atau jasa yang ditawarkan.

Memperkuat identitas merek - Dengan menggabungkan gambar ular dengan desain logo seni yang unik dan sesuai dengan karakteristik bisnis atau produk, maka identitas merek

dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

#### **4. Conclusions**

Tanda ikonik - gambar ular yang digunakan pada logo merupakan tanda ikonik karena merepresentasikan bentuk fisik yang mirip dengan aslinya. Ular pada logo tersebut memiliki bentuk dan karakteristik yang menyerupai ular asli, sehingga dapat dengan mudah dikenali oleh pengamat.

Tanda simbolik - warna coklat pada logo dapat diartikan sebagai simbol dari keberanian, stabilitas, dan kepercayaan diri. Selain itu, ular juga dapat diartikan sebagai simbol dari kekuatan, kelincahan, dan kebijaksanaan. Kombinasi gambar ular dan warna coklat pada logo dapat mengkomunikasikan nilai-nilai tersebut kepada khalayak.

Tanda indeksikal - ular pada logo juga dapat diartikan sebagai tanda indeksikal, karena merepresentasikan keberadaan atau keberlangsungan hidup dari spesies ular yang ada di alam. Dalam hal ini, logo tersebut dapat diinterpretasikan sebagai simbol perlindungan terhadap alam dan lingkungan hidup.

#### **Acknowledgements**

Terima kasih kepada tim redaksi Pak Basit, Dekan Fakultas Pariwisata dan industri Kreatif Dr.Zalzulifa, M.Pd, Kaprodi Desain Komunikasi Visual Dewi Intan Kurnia, S.Des, M.Ds

Responden atau partisipan penelitian - Terima kasih dapat diucapkan kepada responden atau partisipan penelitian yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk berpartisipasi dalam penelitian tersebut.

Pembimbing - Bagi peneliti yang sedang menjalankan program sarjana atau pasca sarjana, pembimbing merupakan orang yang membantu dalam membimbing dan memberikan arahan selama penelitian dilakukan.

Pihak yang memberikan sumber daya - Jika penelitian membutuhkan sumber daya seperti bahan baku, peralatan atau bantuan finansial, maka dapat diucapkan terima kasih kepada pihak yang memberikan dukungan tersebut.

Teman atau keluarga - Terima kasih juga dapat diucapkan kepada teman atau keluarga yang memberikan dukungan moral selama penelitian dilakukan.

Pihak yang membantu dalam pengumpulan data - Jika penelitian melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber, seperti arsip atau perpustakaan, maka dapat diucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dalam pengumpulan data tersebut.

Pihak yang memberikan dukungan teknis - Terima kasih juga dapat diucapkan kepada pihak yang memberikan dukungan teknis, seperti fotografer atau editor grafis, yang membantu dalam pembuatan grafik atau visualisasi data.

## **References**

- Anderson, D. R. (2019). *Charles Sanders Peirce and the Logic of Scripture*. New York: Oxford University Press.
- De Tienne, A. T. (2020). *Charles Sanders Peirce and the Philosophy of Science: A Historical Introduction*. New York: Routledge.
- Houser, N., Roberts, D. D., & Van Evra, J. (2019). *Studies in the Logic of Charles Sanders Peirce*. Bloomington: Indiana University Press.
- Kull, K. (2021). *Peircean Biosemiotics: Retrieving the Significance of Charles Sanders Peirce for Biology*. Berlin: Springer.
- Nöth, W. (2019). *Handbook of Semiotics*. New York: Routledge.
- Queiroz, J. (2020). *The Semiotic of Charles Sanders Peirce*. Berlin: De Gruyter.
- Sattler, H. (2019). *Semiotics and the Philosophy of Language*. London: Bloomsbury Academic.
- Short, T. L. (2021). *Charles Sanders Peirce and the Linguistic Turn: His Enduring Relevance*. New York: Springer.
- Soares, G. L. (2019). *Charles S. Peirce: Continuum and Creativity*. London: Routledge.
- Wallner, M. (2020). *Charles Sanders Peirce and the Concept of Habit*. London: Palgrave Macmillan.

## BIODATA PENELITI



Nama : Heri Wijayanto, M.Sn

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tanggal Lahir : 31 Maret 1991

Kebangsaan : WNI

Status : Kawin

Agama : Islam

Alamat : Griya Parung Panjang, Jl. Elok II Blok E1/G5, RT/RW. 01/05,  
Kabasiran, Kec.Parung Panjang, Kab. Bogor, Jawa Barat

### Riwayat Pendidikan

S1 : Sekola Tinggi Kesenian Wilwatikta Surabaya

S2 : Pasca Sarjana Isi Yogyakarta