

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”

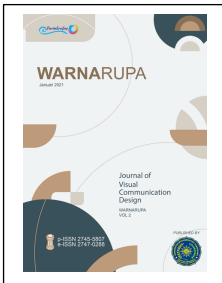
Widya Oktary Setiawardhani , Zalzulifa dan Naufal Adwithiya Alhasni

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>

TINJAUAN SEMIOTIKA SALAH SATU

LOGO 16 SUBSEKTOR PARINKRAF

“PUBLY”

¹Widya Oktary Setiawardhani, ST, M.Ds

²Dr. Zalzulifa, M.Pd,

³Naufal Adwithiya Alhasni

Email: widyaoktarys@gmail.com

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Muhammadiyah Tangerang

Jl. 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 Publy yang diartikan sebagai logo dengan bidang Percetakan dengan visual gajah sebagai symbol Logo subsektor dengan ikon gajah melambangkan kekuatan, kestabilan, dan kepercayaan diri. Gajah seringkali dikaitkan dengan kekuatan karena ukuran dan kekuatannya yang luar biasa. Selain itu, gajah juga dikenal sebagai hewan yang stabil dan tenang, yang dapat melambangkan stabilitas dan kepercayaan diri akan dikupas habis dengan pisau keilmuan Teori Semiotika Roland Barthes.

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 Publy logo which was interpreted as a logo with a printing field with a visual elephant as a symbol. The sub-sector logo with an elephant icon symbolized strength, stability and confidence. Elephants are often associated with strength because of their size and extraordinary strength. In addition, the elephant is also known as a stable and calm animal, which can symbolize stability and confidence which will be peeled away with the scientific knife of Roland Barthes' Semiotic Theory.*

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

1. Introduction

Semiotika atau ilmu tanda adalah studi tentang tanda dan makna dalam bahasa dan budaya manusia. Ilmu ini mempelajari bagaimana tanda-tanda dapat digunakan untuk berkomunikasi dan memahami makna yang terkandung di dalamnya.

Semiotika berasal dari kata Yunani "semeion" yang berarti "tanda". Saussure, salah satu tokoh penting dalam studi semiotika, mengatakan bahwa tanda terdiri dari dua elemen, yaitu "signifier" dan "signified". "Signifier" merupakan wujud fisik atau bentuk dari suatu tanda, seperti kata-kata, gambar, atau bunyi. Sedangkan "signified" adalah makna yang terkandung dalam tanda tersebut.

Dalam semiotika, tanda dibagi menjadi tiga jenis, yaitu tanda ikonik, tanda indeksikal, dan tanda simbolik. Tanda ikonik adalah tanda yang menunjukkan hubungan visual antara signifier dan signified, seperti gambar peta yang menunjukkan lokasi. Tanda indeksikal adalah tanda yang menunjukkan hubungan fisik antara signifier dan signified, seperti asap yang menunjukkan adanya api. Sedangkan tanda simbolik adalah tanda yang memiliki hubungan konvensional atau disepakati secara sosial antara signifier dan signified, seperti bahasa.

Semiotika digunakan dalam berbagai bidang, seperti linguistik, sastra,

seni, antropologi, dan psikologi. Contohnya, semiotika dapat digunakan untuk menganalisis makna dalam sebuah karya sastra atau seni, mempelajari bahasa dan budaya manusia, atau mengidentifikasi tanda-tanda yang terkandung dalam interaksi sosial.

Roland Barthes adalah salah satu tokoh penting dalam studi semiotika. Menurut Barthes, semiotika adalah studi tentang cara-cara tanda-tanda diciptakan, diinterpretasikan, dan digunakan untuk membangun makna dalam budaya dan masyarakat.

Barthes berfokus pada analisis tanda-tanda dalam budaya populer, seperti iklan, majalah, film, dan media massa. Dia memandang tanda-tanda ini sebagai produk dari kekuatan sosial, ekonomi, dan politik yang mendominasi budaya kontemporer.

Salah satu konsep penting yang diperkenalkan oleh Barthes adalah "myth". Bagi Barthes, mitos tidak hanya cerita-cerita kuno, tetapi juga terkandung dalam tanda-tanda budaya kontemporer. Barthes mengatakan bahwa mitos adalah tanda-tanda yang disalahartikan sebagai alamiah dan universal, padahal sebenarnya mitos itu diciptakan oleh kekuasaan dan menjadi alat untuk menjaga status quo.

Contohnya, Barthes mengambil iklan pasta gigi sebagai studi kasus. Iklan pasta gigi menampilkan gambar dokter gigi yang merekomendasikan pasta gigi tertentu sebagai produk yang paling baik. Barthes menyatakan bahwa iklan tersebut menggunakan mitos bahwa kebenaran selalu berasal dari ahli, sehingga iklan tersebut memperkuat posisi kekuasaan dokter gigi sebagai otoritas dalam bidang perawatan gigi.

Selain itu, Barthes juga mengemukakan konsep "death of the author", yaitu gagasan bahwa penulis atau pembuat karya tidak lagi memiliki otoritas atau kendali penuh atas makna yang dihasilkan dari karyanya. Menurut Barthes, makna dihasilkan dari interaksi antara tanda-tanda dan pembaca atau penonton, dan tidak dapat dikontrol sepenuhnya oleh pembuat karya.

Dalam pandangan Barthes, semiotika adalah alat untuk membebaskan diri dari kekuatan mitos dan memahami makna yang terkandung dalam tanda-tanda budaya secara kritis.

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

Gambar ini menunjukkan bahwa PARINKRAF memiliki filosofi seperti ubur – ubur yang pelan tapi pasti. Diantara subsektor tersebut terdapat sebuah bidang ilmu tentang PERCETAKAN yang di tandakan dengan logo PUBLLY. Jika kita menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna sebuah logo yang memiliki gambar gajah, maka kita perlu melihat bagaimana gambar gajah tersebut diartikan dan digunakan dalam konteks logo tersebut.

Menurut Barthes, tanda-tanda dalam budaya populer sering kali terkandung dalam mitos-mitos yang diciptakan oleh kekuasaan dan menjadi alat untuk mempertahankan status quo. Oleh karena itu, dalam menganalisis logo yang memiliki gambar gajah, kita perlu mempertimbangkan bagaimana gambar gajah tersebut mungkin terkait dengan mitos atau konvensi tertentu dalam budaya.

Secara umum, gajah sering diartikan sebagai simbol kekuatan,

kebijaksanaan, dan stabilitas. Dalam beberapa budaya, gajah juga dianggap sebagai simbol keberuntungan atau kesuksesan. Oleh karena itu, dalam konteks logo, gambar gajah dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa perusahaan atau organisasi memiliki kualitas-kualitas seperti kekuatan, kebijaksanaan, stabilitas, keberuntungan, atau kesuksesan.

Namun, dalam konteks tertentu, gambar gajah juga dapat memiliki makna yang berbeda. Misalnya, dalam konteks lingkungan atau konservasi alam, gambar gajah dapat digunakan untuk menunjukkan perusahaan atau organisasi yang peduli terhadap pelestarian lingkungan hidup dan spesies yang terancam punah.

Namun, sebagai seorang semiotikawan, Barthes mungkin akan menyarankan agar kita tidak hanya melihat makna gambar gajah secara harfiah atau konvensional, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana gambar gajah tersebut diartikan dan digunakan secara sosial dan budaya. Dengan demikian, analisis semiotika yang lebih lengkap dapat membantu kita memahami makna yang lebih dalam dan kompleks dari logo yang memiliki gambar gajah.

2. Methods

Roland Barthes telah mengembangkan beberapa metode penelitian semiotika yang sangat terkenal dalam bidang studi tanda dan makna dalam budaya. Berikut ini adalah beberapa metode penelitian semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes:

Analisis Mitos

Metode ini digunakan untuk mengungkapkan bagaimana tanda-tanda yang digunakan dalam media massa dapat membentuk mitos tertentu yang kemudian mempengaruhi pola pikir dan tindakan manusia. Barthes berpendapat bahwa mitos adalah tanda-tanda yang disalahartikan sebagai alamiah dan universal, padahal sebenarnya mitos itu diciptakan oleh kekuasaan dan menjadi alat untuk menjaga status quo. Oleh karena itu, dengan menganalisis mitos, kita dapat membongkar konstruksi sosial yang tersembunyi dalam tanda-tanda budaya.

Analisis Struktural

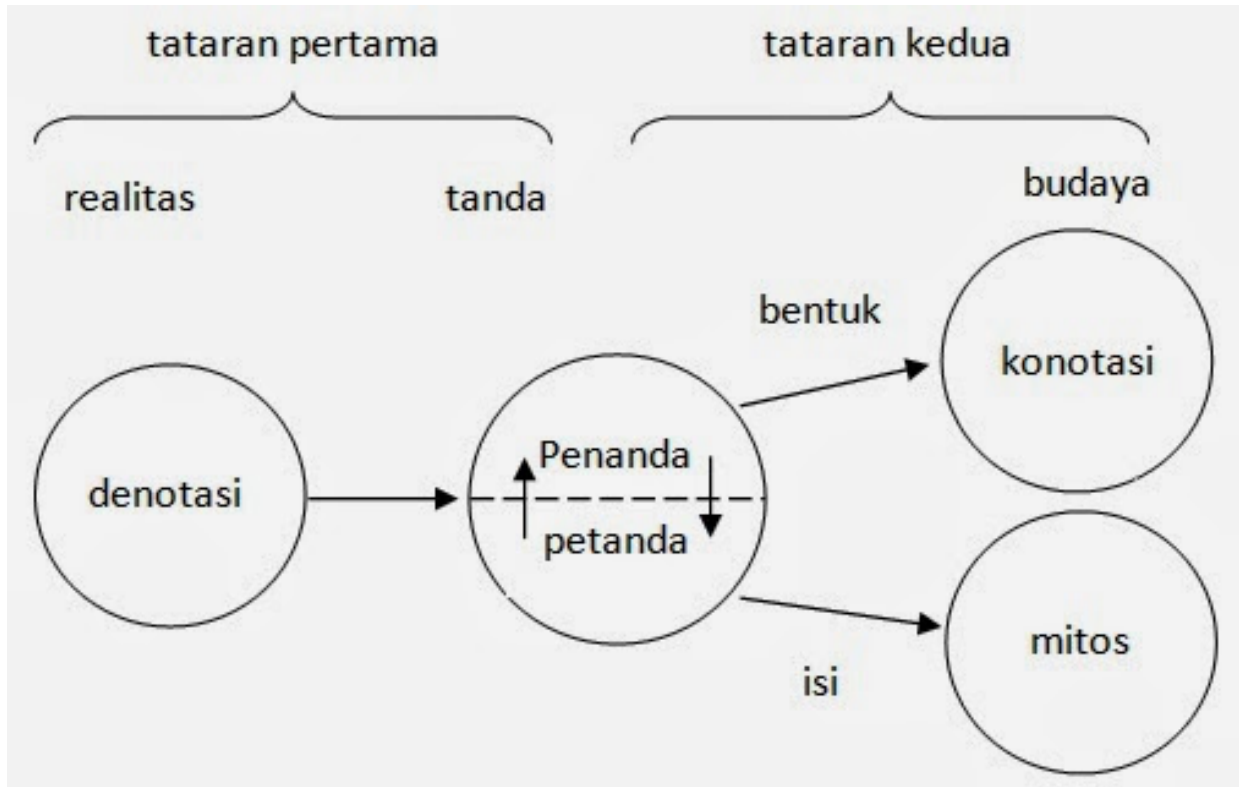
Metode ini melibatkan analisis komponen-komponen yang membentuk sebuah tanda, termasuk unsur-unsur seperti makna, signifikansi, dan signifikat. Dalam analisis struktural, Barthes menekankan pentingnya memisahkan tanda dari konteks historis dan budaya yang lebih luas, dan fokus pada struktur internal dari tanda tersebut.

Analisis Retorika

Metode ini dilakukan dengan melihat tanda sebagai sebuah pesan yang ditujukan untuk mempengaruhi audiens. Barthes mengidentifikasi lima macam teknik retorika yang digunakan untuk mempengaruhi audiens, yaitu: pertanyaan retorik, hipotesis, ironi, paradoks, dan alegori. Dalam analisis retorika, Barthes mencoba memahami bagaimana pesan-pesan tersebut meresap ke dalam pikiran dan emosi audiens.

Analisis Ikonis

Metode ini melibatkan analisis gambar atau citra visual sebagai sebuah tanda. Barthes berpendapat bahwa gambar dapat memiliki makna yang kompleks dan ambigu, karena gambar bukan hanya merepresentasikan objek yang nyata, tetapi juga memiliki konvensi dan simbol yang terkait dengan budaya dan masyarakat tertentu. Dalam keseluruhan metode penelitian semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes, ia menekankan pentingnya membongkar makna-makna tersembunyi dalam tanda-tanda budaya, dan menganalisis bagaimana tanda-tanda tersebut membentuk dunia sosial yang lebih luas.

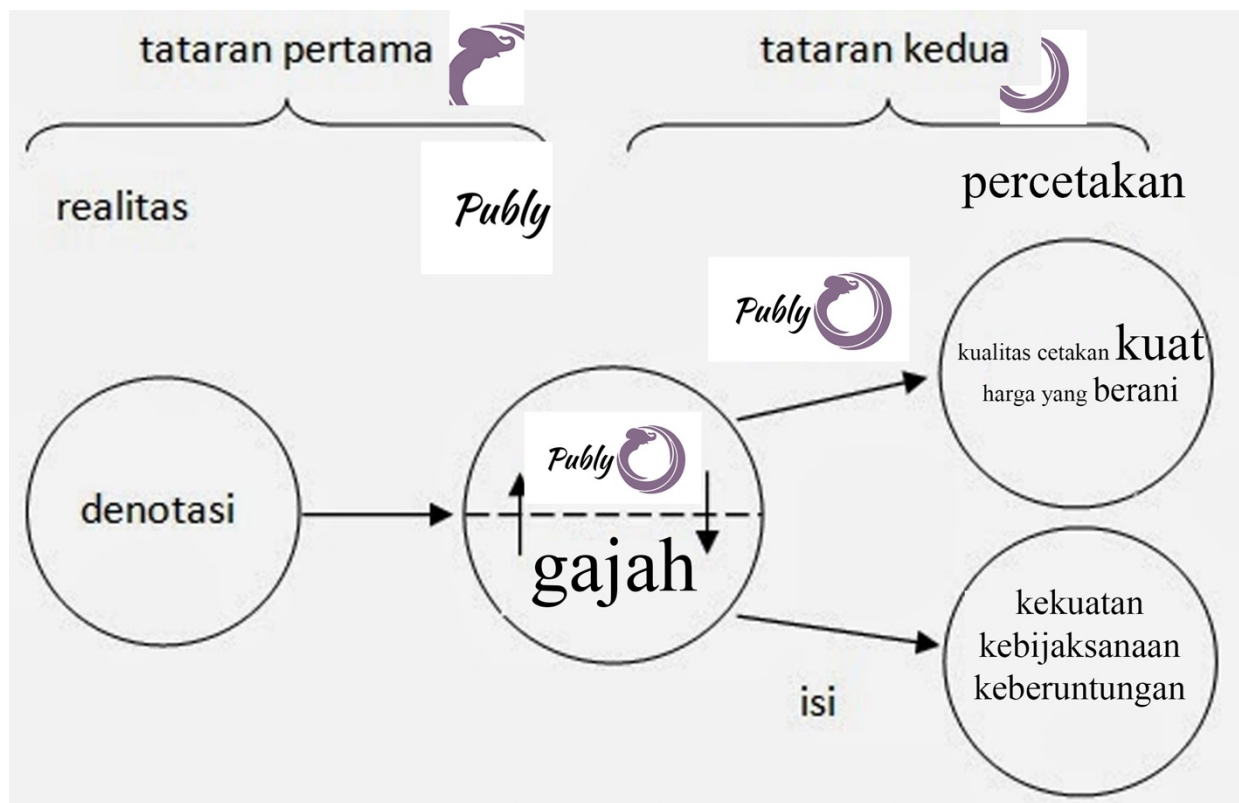


Gambar 2.1 Roland Barthes



Gambar 2.2 Logo Publy

3. Semiotika Roland Barthes untuk Logo Publy



Gambar 3.1 Metode Logo Publy

Denotasi adalah makna atau konotasi dasar yang terkandung dalam sebuah tanda atau simbol, yang berkaitan dengan makna yang paling dasar atau literal dari tanda tersebut. Dalam konteks semiotika, denotasi merujuk pada makna yang paling konkret dan objektif dari sebuah tanda atau simbol, yang dapat diidentifikasi dan dipahami oleh siapa saja tanpa memerlukan interpretasi atau analisis yang lebih dalam.

Contohnya, sebuah gambar kucing secara denotatif hanya merepresentasikan hewan yang memiliki ciri-ciri seperti berkumis, memiliki bulu, dan empat kaki. Makna ini dapat dipahami secara universal oleh hampir semua orang yang mengenal hewan kucing. Namun, denotasi dapat menjadi lebih kompleks ketika makna tersebut dikaitkan dengan konteks yang lebih luas atau ketika digunakan dalam konvensi atau simbolisme tertentu.

Dalam semiotika, denotasi sering dibedakan dari konotasi, yang merujuk pada makna yang lebih dalam atau lebih subjektif dari sebuah tanda atau simbol, yang terbentuk melalui pengalaman, nilai, atau interpretasi individu atau kelompok tertentu. Oleh karena itu, dalam menganalisis tanda atau simbol, penting untuk memahami baik denotasi maupun

konotasi dari makna yang terkandung dalam tanda tersebut.

Dalam konteks semiotika, penanda dan petanda adalah dua konsep penting yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana sebuah tanda atau simbol dapat menghasilkan makna.

Penanda merujuk pada unsur fisik atau material dari sebuah tanda, seperti kata, gambar, atau suara yang digunakan untuk merepresentasikan suatu hal. Dalam penanda, terdapat hubungan yang konvensional antara tanda dan maknanya, di mana makna yang terkandung dalam sebuah tanda ditentukan oleh konvensi atau kesepakatan sosial yang ada.

Sementara itu, petanda merujuk pada konsep atau ide yang diwakili oleh sebuah tanda atau simbol. Dalam petanda, terdapat hubungan yang semiotik antara tanda dan maknanya, di mana makna yang terkandung dalam sebuah tanda dihasilkan melalui proses interpretasi yang kompleks, dan dapat bervariasi tergantung pada konteks dan pengalaman individu atau kelompok tertentu.

Contohnya, kata "kucing" adalah penanda dari hewan berkaki empat dengan bulu yang biasa dipelihara sebagai hewan peliharaan. Namun, konsep "kucing" sebagai petanda mencakup lebih dari sekadar penanda fisik atau material, dan dapat berhubungan dengan konvensi atau simbolisme tertentu dalam budaya tertentu.

Dalam analisis semiotik, penanda dan petanda dapat membantu kita memahami bagaimana sebuah tanda atau simbol menghasilkan makna, dan bagaimana makna tersebut dapat berubah atau bervariasi tergantung pada konteks dan pengalaman individu atau kelompok tertentu.

Konotasi adalah makna yang lebih dalam atau lebih subjektif dari sebuah tanda atau simbol, yang terbentuk melalui pengalaman, nilai, atau interpretasi individu atau kelompok tertentu. Konotasi seringkali bersifat tersembunyi atau tidak langsung, dan dapat berbeda-beda tergantung pada latar belakang, budaya, atau pengalaman individu atau kelompok yang menggunakan atau menerima tanda tersebut.

Contohnya, gambar bunga mawar secara denotatif merepresentasikan bunga yang memiliki kelopak berwarna merah dan daun hijau. Namun, secara konotatif, gambar bunga mawar dapat memiliki berbagai makna yang terkait dengan nilai, simbolisme, atau pengalaman individu atau kelompok tertentu. Di beberapa budaya, bunga mawar dapat dianggap sebagai simbol cinta atau romantisme, sementara di budaya lain, bunga mawar dapat dianggap sebagai simbol kecantikan atau keanggunan.

Dalam analisis semiotik, konotasi sering dibedakan dari denotasi, yang merujuk pada makna yang paling konkret dan objektif dari sebuah tanda atau simbol. Konotasi dapat menjadi penting dalam memahami bagaimana tanda atau simbol menghasilkan makna, dan bagaimana makna tersebut dapat bervariasi tergantung pada konteks atau pengalaman individu atau kelompok tertentu.

Dalam konteks semiotika logo gajah, mitos dapat merujuk pada serangkaian asosiasi atau konotasi yang terkait dengan gajah sebagai simbol. Mitos ini dapat terbentuk melalui pengalaman, budaya, atau nilai-nilai yang terkait dengan gajah.

Sebagai contoh, dalam beberapa budaya, gajah dianggap sebagai simbol kekuatan, kebijaksanaan, dan keberuntungan. Oleh karena itu, logo yang menggunakan gambar gajah dapat membangkitkan asosiasi dengan mitos-mitos yang terkait dengan gajah, seperti kekuatan dan kebijaksanaan. Asosiasi-asosiasi ini kemudian dapat membentuk makna tambahan pada logo, di samping makna denotatif yang diwakili oleh gambar gajah itu sendiri.

Di sisi lain, mitos juga dapat mempengaruhi bagaimana logo gajah dipandang oleh masyarakat yang memiliki pengalaman atau nilai-nilai yang berbeda terkait dengan gajah. Sebagai contoh, di beberapa budaya, gajah dianggap sebagai simbol kesedihan atau kekacauan. Oleh karena itu, logo yang menggunakan gambar gajah mungkin tidak berhasil dalam menciptakan asosiasi yang positif pada budaya tersebut.

Dalam analisis semiotik, penting untuk memahami mitos atau asosiasi yang terkait dengan simbol-simbol tertentu, termasuk dalam konteks logo. Hal ini dapat membantu kita memahami bagaimana makna-makna yang terkait dengan simbol-simbol tersebut terbentuk dan bervariasi di antara berbagai kelompok budaya atau individu, dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi bagaimana logo diterima dan dipahami oleh masyarakat.

Konotasi untuk logo gajah dapat bervariasi tergantung pada konteks dan pengalaman individu atau kelompok tertentu. Namun, beberapa konotasi umum yang terkait dengan gambar gajah dalam konteks semiotika logo adalah: Kekuatan dan keberanian: Gajah adalah hewan yang besar dan kuat, sehingga gambar gajah dalam sebuah logo dapat menciptakan asosiasi dengan kekuatan, keberanian, dan kegigihan.

Kebijaksanaan dan ketenangan: Gajah juga dianggap sebagai hewan yang cerdas dan tenang, sehingga gambar gajah dapat menciptakan asosiasi dengan kebijaksanaan,

kedewasaan, dan ketenangan. Ketaatan dan kesetiaan: Gajah juga sering diasosiasikan dengan sifat ketaatan dan kesetiaan, terutama dalam budaya-budaya di mana gajah digunakan sebagai hewan pekerja atau hewan yang dipelihara.

Keberuntungan: Di beberapa budaya, gajah dianggap sebagai simbol keberuntungan, sehingga gambar gajah dalam sebuah logo dapat menciptakan asosiasi dengan keberuntungan, kesuksesan, atau kemakmuran. Keanggunan: Gajah juga sering dianggap sebagai hewan yang anggun dan elegan, sehingga gambar gajah dalam sebuah logo dapat menciptakan asosiasi dengan keindahan, keanggunan, atau keunikan.

Namun, perlu diingat bahwa konotasi yang terkait dengan gambar gajah dalam sebuah logo dapat bervariasi tergantung pada pengalaman, budaya, dan nilai-nilai individu atau kelompok tertentu. Oleh karena itu, analisis semiotik yang cermat dan mendalam diperlukan untuk memahami makna yang terkandung dalam logo gajah.

3.1 Analisis Struktural

Sebagai contoh, mari kita analisis mitos logo gajah untuk subsektor percetakan. Logo ini menampilkan gambar gajah dengan postur yang tegap dan kuat, dengan telinga yang lebar, dan bertumpu pada dua kaki yang besar. Beberapa konotasi atau makna yang muncul dari gambar gajah dalam logo ini adalah:

Kekuatan dan keberanian: Postur tegap dan kuat pada gambar gajah menciptakan asosiasi dengan kekuatan dan keberanian, yang mungkin ingin dicerminkan oleh perusahaan percetakan dalam menjalankan bisnisnya. Kebijakan dan ketenangan: Telinga lebar pada gambar gajah menciptakan asosiasi dengan kebijakan dan ketenangan, yang mungkin ingin dicerminkan oleh perusahaan percetakan dalam memberikan layanan berkualitas dan mengatasi masalah dengan tenang.

Keanggunan: Gambar gajah yang elegan menciptakan asosiasi dengan keanggunan, yang mungkin ingin dicerminkan oleh perusahaan percetakan dalam memberikan layanan yang terlihat indah dan profesional. Ketaatan dan kesetiaan: Gajah sering diasosiasikan dengan sifat ketaatan dan kesetiaan, yang dapat mencerminkan kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan dari perusahaan percetakan.

Dalam hal ini, mitos yang terkait dengan logo gajah mungkin menciptakan konotasi positif terkait dengan kekuatan, kebijakan, ketenangan, keanggunan, dan ketaatan, yang dapat meningkatkan citra perusahaan dan menarik pelanggan yang membutuhkan

layanan percetakan berkualitas. Namun, mitos yang terkait dengan gajah juga dapat bervariasi di antara berbagai budaya dan kelompok masyarakat, sehingga perlu dilakukan analisis semiotik yang lebih mendalam untuk memahami makna dan konotasi yang muncul dari logo gajah ini.

3.2 Analisis Retorika

Sebagai contoh, mari kita analisis retorika logo gajah untuk subsektor percetakan. Retorika adalah studi tentang bagaimana bahasa dan gambar digunakan untuk mempengaruhi pemikiran dan tindakan orang lain. Beberapa elemen retorika yang terdapat dalam logo gajah untuk subsektor percetakan ini adalah:

Warna: Logo ini menggunakan warna merah dan hitam. Warna merah sering dianggap sebagai warna yang kuat, energik, dan menarik perhatian, sementara hitam sering dianggap sebagai warna yang elegan, kuat, dan serius. Kombinasi warna merah dan hitam dapat menciptakan kesan yang kuat dan berani, yang mungkin ingin dicerminkan oleh perusahaan percetakan dalam layanan berkualitasnya.

Bentuk dan ukuran: Gambar gajah dalam logo ini memiliki postur yang tegap dan kuat, dengan telinga yang lebar, dan bertumpu pada dua kaki yang besar. Ukuran yang besar dapat menciptakan kesan kekuatan dan keberanian, sementara postur tegap dan kuat mencerminkan keseriusan dan profesionalisme. Telinga lebar dapat menciptakan kesan kebijaksanaan dan ketenangan.

Tipografi: Nama perusahaan ditampilkan dalam huruf besar dan tebal dengan jenis huruf yang sederhana dan mudah dibaca. Tipografi yang jelas dan sederhana dapat menciptakan kesan profesionalisme dan kepercayaan pada perusahaan. **Komposisi:** Gambar gajah ditempatkan di sebelah kiri logo, sementara nama perusahaan ditampilkan di sebelah kanan. Komposisi ini menciptakan keseimbangan visual dan memungkinkan gambar gajah menarik perhatian sekaligus memberikan penekanan pada nama perusahaan.

Dalam hal ini, elemen-elemen retorika yang terkait dengan logo gajah dapat menciptakan kesan kekuatan, keberanian, kebijaksanaan, dan profesionalisme, yang dapat meningkatkan citra perusahaan dan menarik pelanggan yang membutuhkan layanan percetakan berkualitas. Namun, elemen-elemen retorika tersebut dapat bervariasi

tergantung pada target pasar, tujuan bisnis, dan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, analisis retorika yang cermat dan tepat sasaran diperlukan untuk memastikan bahwa logo mencapai tujuan pemasarannya dengan baik.

3.2 Analisa Ikonis

Analisis ikonis logo gajah untuk subsektor percetakan akan memperhatikan karakteristik visual yang digunakan dalam logo tersebut. Berikut adalah analisis ikonis logo gajah untuk subsektor percetakan:

Gajah: Gajah digunakan sebagai gambar utama dalam logo. Gajah dipilih karena memiliki karakteristik kuat, besar, dan berwibawa. Gajah juga dapat melambangkan kekuatan, kebijaksanaan, dan keberanian, yang dapat dihubungkan dengan layanan yang disediakan oleh perusahaan percetakan.

Bentuk dan proporsi: Bentuk gajah dalam logo ini memiliki garis yang kuat dan tegas, dengan tubuh yang proporsional dan detail yang minimalis. Proporsi yang tepat dan minimalis ini dapat memperkuat kesan kekuatan dan keberanian yang ingin ditampilkan.

Warna: Logo ini menggunakan warna merah dan hitam. Warna merah dan hitam merupakan warna yang kuat dan menarik perhatian, sehingga dapat meningkatkan daya tarik visual logo.

Tipografi: Nama perusahaan ditampilkan dalam huruf besar dan tebal dengan jenis huruf yang sederhana dan mudah dibaca. Tipografi yang sederhana dan mudah dibaca dapat membantu memperkuat pesan logo yang ingin disampaikan.

Dalam hal ini, logo gajah menciptakan ikon visual yang kuat dan berwibawa yang dapat memberikan kesan kekuatan, kebijaksanaan, dan keberanian. Kombinasi warna merah dan hitam dengan tipografi yang sederhana dan mudah dibaca, semuanya dirancang untuk meningkatkan daya tarik visual dan mengkomunikasikan pesan yang jelas. Sebagai ikon visual, logo gajah dapat memperkuat citra perusahaan dan membantu dalam membangun merek yang kuat dan dikenal di pasar.

4. Kesimpulan

Warna ungu seringkali dikaitkan dengan makna kemewahan, kreativitas, kebijaksanaan, spiritualitas, dan kesadaran diri. Dalam beberapa budaya, warna ungu juga dikaitkan dengan kemakmuran, keberuntungan, dan kesuburan.

Dalam desain logo, penggunaan warna ungu dapat memberikan kesan yang berbeda-beda tergantung pada nuansa dan kombinasi warna yang digunakan. Kombinasi warna ungu dengan warna-warna terang seperti kuning atau hijau muda dapat menciptakan kesan yang menyenangkan dan cerah. Sedangkan, penggunaan warna ungu dengan warna hitam atau abu-abu dapat memberikan kesan yang lebih elegan dan formal.

Dalam hal ini, filosofi warna ungu dalam desain logo tergantung pada bagaimana desainer menggunakan warna tersebut untuk menciptakan kesan yang diinginkan. Dalam subsektor percetakan, warna ungu dapat dipilih jika ingin memberikan kesan kreativitas, kebijaksanaan, atau kemewahan pada logo perusahaan.

Ucapan

Terima kasih kepada tim redaksi Pak Basit, Dekan Fakultas Pariwisata dan industri Kreatif Dr.Zalzulifa, M.Pd, Rekan – rekan dosen peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan dukungan yang diberikan dalam menyelesaikan penelitian logo subsektor Pably. Tanpa bimbingan dan arahan dari Bapak/Ibu, peneliti tidak akan bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Peneliti menghargai waktu dan tenaga yang telah Bapak/Ibu berikan dalam memberikan masukan dan saran yang berharga, sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih baik. Bapak/Ibu juga telah memberikan dukungan dalam proses pengumpulan data dan analisis data, yang sangat membantu dalam menyelesaikan penelitian.

Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk menyelesaikan penelitian ini. Dengan dukungan dan bimbingan dari Bapak/Ibu peneliti telah mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan yang sangat berharga.

Sekali lagi, terima kasih yang tak terhingga untuk Bapak/Ibu atas semua bantuan dan dukungan yang telah diberikan dalam menyelesaikan penelitian logo subsektor Pably. Peneliti berharap dapat terus belajar dari Bapak/Ibu dan menjalin hubungan yang baik

dalam waktu yang akan datang.

Referensi

Barthes, R. (2021). *Mythologies*. Vintage Classics.

Buku bab dalam buku:

Barthes, R. (2021). *The Photographic Message*. Dalam M. W. Luhan (Ed.), *Understanding Media: The Extensions of Man* (pp. 161-193). Routledge.

Artikel jurnal:

Culler, J. (2021). *The Semiotics of Roland Barthes*. *Sign Systems Studies*, 49(1), 43-62.

Artikel online:

Baker, P. (2021). *Roland Barthes' Mythologies: A Critical Theory of Myths in the Modern World*. *Culture Matters*. Diakses pada 10 April 2023, dari <https://www.culturematters.org.uk/index.php/culture/theory/item/3521-roland-barthes-mythologies-a-critical-theory-of-myths-in-the-modern-world>