

KAJIAN SEMIOTIKA APLIKASI LOGO FACEBOOK DAN MESSENGER

Siska Udilawaty

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik, Universitas Ichsan Gorontalo

siskaudilawati18@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Received : September, 2021

Accepted : Oktober, 2021

Publish online : Oktober, 2021

ABSTRACT

This research is entitled "Study of Semiotics of Facebook Application Logo and Messenger". This study aims to analyze, explain and describe the meaning of the Facebook and Messenger logos based on the elements of icons, indexes and symbols using the theory of Charles Sanders Peirce. The research method used is a qualitative approach with a descriptive type of research. The results of this study are to analyze, explain and describe and recognize the signs or symbols found on the facebook and messenger logos. This research can be associated with semiotic analysis because there are hidden meaning signs to find out the meaning of icons, indexes, and symbols in the application.

Key words: : Semiotika, ikon, indeks, symbol, facebook, messenger

ABSTRAK

Universitas Ichsan Gorontalo atau yang disebut UIG menjadi Perguruan Tinggi Swasta yang cukup besar di Gorontalo. Universitas Ichsan Gorontalo mengenalkan atau membranding UIG kepada masyarakat untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat bahwa UIG tetap memiliki kualitas terbaik dalam bidang pendidikan. Perancangan video company profile adalah salah satu alat bantu untuk UIG mempromosikan diri. Proses metode pengembangan multimedia akan digunakan sesuai dengan perancangan suatu karya video yang sesuai dengan harapan. Pemecahan masalah tersebut dengan menggunakan teknik pengambilan gambar yang sederhana, shoot video yang mudah dipahami dan menggunakan kalimat narasi yang mudah dipahami dan diingat masyarakat. Video company profile ini dirancang digunakan untuk meningkatkan strategi sebagai media promosi.

Kata Kunci: Semiotika, ikon, indeks, simbol, facebook, messenger

PENDAHULUAN

Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya

Sebuah logo wajib mempunyai filosofi dan kerangka dasar yang berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Sebuah logo memiliki ciri khas seperti warna dan bentuk logo tersebut. Logo menjadikan sesuatu berupa gambar ataupun sekedar sketsa beserta maksud tertentu dan mewakili sesuatu maksud dari perusahaan, daerah, perhimpunan, produk, Negara atau yang lainnya yang menganggap memerlukan 3 waktu yang cepat dan dimengerti seharusnya ganti dari nama sesungguhnya Kusrianto, Adi (2009:2). Seperti halnya logo facebook dan messenger yang memiliki identitas dengan kesederhanaanya, bukan tanpa alasan logo facebook memang dirancang sedemikian rupa untuk memudahkan pengguna memahami *Platform* apa yang sebenarnya mereka gunakan. Jeflanis, mengatakan (1995:367) logo menjadikan menciptakan simbol yang dirancang untuk mewakili karakter atau menjadikan identitas dari sebuah perusahaan. Logo menjadikan bentuk ekspresi atau bentuk visual dan konsepsi perusahaan, produk, organisasi, meskipun insitusi serta menjadi simbol visual yang mempunyai bentuk yang bermula sejak nilai strategi perusahaan yang berhubungan.

Facebook dan messenger merupakan satu dari sekian banyak media sosial yang sangat disukai masyarakat Indonesia, Media sosial ialah berupa media online, yang akan dimanfaatkan menjadi wahana sosial, para penggunaan pengguna tersebut dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, memberitakn informasi, networking, atau serupa halnya dengan banyaknya sekali aktivitas atau lainnya.

Pada penelitian ini logo aplikasi facebook dan messenger ini dapat dikaitkan dengan analisis semiotika. Dan dimana analisis semiotika menjelaskan bahwa mengenai ilmu pengetahuan yang mempelajari sebuah tanda yang di dalamnya terdapat tanda makna tersembunyi. Penelitian ini bertujuan untuk mengenal makna, tanda ataupun simbol-simbol yang ditemukan pada logo tersebut, dan mengetahui makna ikon, indeks dan simbol pada logo aplikasi facebook dan messenger.

(a) Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana makna ikon yang terdapat dalam logo Aplikasi facebook dan Messenger?
- 2) Bagaimana makna indeks yang terdapat dalam logo Aplikasi Media facebook dan Messenger ?
- 3) Bagaimana makna simbol yang terdapat dalam logo Aplikasi facebook dan Messenger?

(b) Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mendeskripsikan makna icon pada logo Aplikasi Facebook dan Messenger.
- 2) Untuk mendeskripsikan makna indeks pada logo Aplikasi Facebook dan Messenger.
- 3) Untuk mendeskripsikan makna simbol pada logo Aplikasi Facebook dan Messenger.

(c) Manfaat Penelitian

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai makna yang terdapat dari sebuah logo maupun symbol yang ada pada aplikasi facebook dan messenger
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan informasi dan gambar tentang ilmu semiotika.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian lainnya khususnya pada berkaitan dan pendekatan semiotika.

Tabel 1: Tinjauan Pustaka
[Sumber: Pribadi]

Judul	Tahun Penelitian/Peneliti	Hasil
Analisis semiotika logo Brodo Footweard i Media Sosisl Twitter (Studi Analisis Semiotika Ronald Barthes)	2019 Canditra Sultannata , Siti Maryam	Penelitian ini menunjukan bahwa menunjukan bahwa logo Brodo adalah teks ukiran Brodo dengan font yang membentuk silhouette ayam jago berwarna hitam dengan background putih. Tulisan Brodo begitu simple dan unik serta memberikan kesan

		kejantanan dan gagah yang berarti logo Brodo cukup menggambar kan identitas produk yang dijual, yaitu produk laki-laki yang gentlemen.
Kajian Semiotika Charles Sanders Pierce: Relasi Trikotomi (Ikon, Indeks Dan Simbol) Dalam Cerpen Anak Mercusuar Karya Mashdar Zainal	2020 Sovia Wulandari Erik D Siregar	Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa: terdapat 4tanda dalam bentuk ikon, 6tanda dalam bentuk indeks, dan 3tanda dalam bentuk simbol.

A. PENGERTIAN LOGO

Asal mula dari kata logo yaitu dari bahasa Yunani logos, yang berartikan kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Sebelumnya yang lebih dulu atau pertama ialah logotype, bukan logo. Logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa 2 menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/ simbol pada identitas visual. (Rustan, 2009: 13). Dengan demikian, penciptaan logo dan simbol sangat penting

Pada visualisasi, logo merupakan suatu bentuk gambar yang mempunyai unsur bentuk ataupun warna. Oleh karena itu logo memiliki ciri khas dari apa yang dimiliki oleh logo berbeda satu dengan yang lainnya, sebab dari itu sepantasnya logo mempunyai bentuk atau rupa yang berbeda dari yang lainnya. Pada pengguna logo yang populer sekarang hanyalah sekedar berbentuk lambang, simbol, dan mascot dan memiliki identitas terdapat kelompok, suku, bangsa, atau Negara. Philip Kotler (1991:1991) mengatakan bahwa "logo adalah bagian merk yang bisa dikenal dan tak terucapkan misalnya, simbol rancangan atau warna dan huruf yang berbeda dengan yang lain".

Logo ini merupakan visi menyampaikan citra positif melewati menciptakan tampilan kesederhanaan dalam bentuk simbol. Dan setiap logo terdapat makna dan tanda baik itu bentuk meskipun warna. Makna pendapat menurut Shimp (2013:145)

A. SEMIOTIKA

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (sign). Berfungsinya tanda, prodeksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain (Tinarbuko 2009:12). Menurut cabang ilmu semiotika tanda berasal dari bahasa Yunani semeion yang di arti "tanda" (Sudjiman dan van Zoest, 1996:vii) dan seme tersebut mengandung "penafsir tanda" (Cobley dan Jansz, 1999:4), Semiotika mendalam dari penelitian klasik dan skolastik dari seni logika dan retorika (Kurniawan, 2001:49).

Studi ini membahas Tanda dan makna untuk mengembangkan dan menelaah sebuah objek dan mempunyai efek yang lebih tinggi dari setiap asper perspektif John Powers (1995) mengatakan pesan mempunyai tiga bagian ialah: (1) tanda dan simbol : (2) bahasa dan: (3) wacana (discourse).

B. SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE

Charles Sanders Peirce lebih dikenal banyak orang sebagai seseorang filsafat atau ahli pakar di bidang semiotika yang berperan besar bagian mengembangkan ilmu pengetahuan baik itu pengetahuan eksakta ataupun pengetahuan sosial. Pada dasarnya, objek Peirce membagikan tanda terdiri dari ikon (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol). Ikon ialah tanda yang ikatan dalam penanda dan tandanya mempunyai sifat sejeis gambaran alamiah.

Indeks ialah tanda yang memperlihatkan adanya ikatan alamiah antara tanda dan petanda yang mempunyai sifat kausal dan ikatan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan sedangkan simbol yaitu tanda yang memperlihatkan ikatan alamiah antara penanda dengan tanda lainnya. Peirce menyebutkan (Berger,2000 b:14, dalam Sobur, 2006:34-35): Menandakan bahwasannya tanda-tanda yang bersangkutan oleh objek-objek yang menyerupainya, kehadirannya mempuyai ikatan sebab akibat dengan tanda-tanda dan dikarena hubungan konvensional oleh tandatanda lainnya

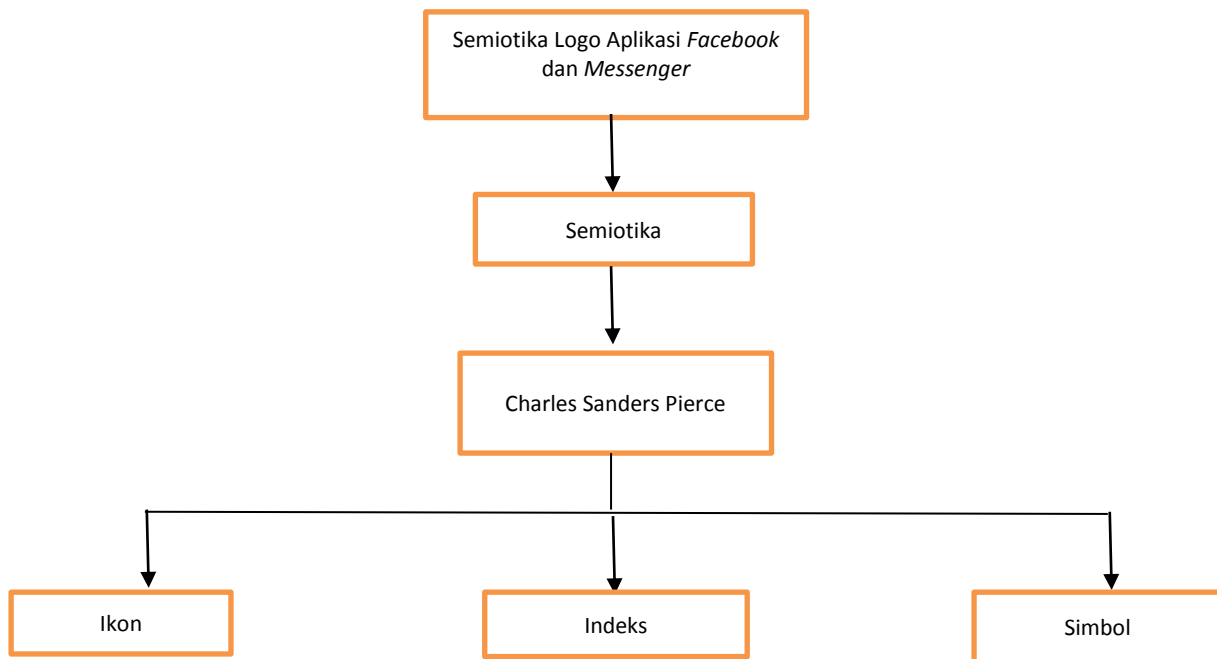
C. APLIKASI FACEBOOK DAN MESSENGER

Aplikasi Menurut Supriyanto (2005:2) adalah program yang memiliki aktifitas pemrosesan perintah yang diperlukan untuk melaksanakan permintaan pengguna dengan tujuan tertentu. Aplikasi facebook dan messenger merupakan salah satu dari sekian

banyak aplikasi media sosial yang sangat disukai oleh masyarakat Indonesia.

gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012: 568).

Tabel 2: Kerangka Konseptual
[Sumber: Pribadi]



Selain bisa digunakan untuk mencari pertemanan facebook juga memfasilitasi penggunaannya dengan berbagai fitur yang menarik seperti menonton video pendek maupun video yang berdurasi Panjang. Selain itu facebook ini juga dilengkapi dengan fitur live atau siaran langsung yang dapat dilakukan oleh penggunaannya untuk membagikan moment yang terjadi saat ini.

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunaannya dalam menggali berbagai informasi. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks,

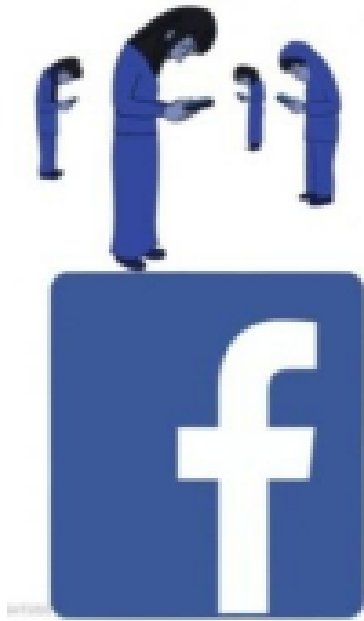
METODE

Metode penelitian ini yang dicapai oleh penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif deskriptif. Ratna (2008: 47) menyatakan bahwa metode kualitatif memberikan perhatian terhadap data alamiah dalam hubungannya dengan konteks keberadaannya. Menurut Meleong penelitian kualitatif ialah penelitian yang menjadikan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik dan secara kuantifikasi lainnya (Meleong, 2012;6). Metode pendekatan kualitatif menggunakan jenis/tipe deskriptif, dan apabila penelitian tersebut dilakukan dalam kurun waktu tertentu pada objek tertentu, maka hal tersebut dapat dikatakan sebagai studi kasus (Bungin,2012;109-110).

Semiotika ini sebagai metode tafsir tanda yang mempunyai sifat yang subjektif, sehingga

penelitian serta pendekatan kualitatif adalah yang paling tepat dalam memahami makna logo Aplikasi Facebook. Metode ini didasarkan atas pertimbangan akan adanya tujuan penelitian yang setidaknya ingin menguraikan masalah yang akan diteliti dan diamati saja, akan tetapi juga untuk menjadikan metode deskriptif sebagai pedoman dalam melakukan penelitian makna logo Aplikasi Facebook.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Gambar ikon Facebook

[Sumber : <https://www.pngwing.com/id/free-png-sgyrv>]

Peneliti mendeksripsikan 2 logo aplikasi media sosial (facebook dan *Messenger*) dan menggunakan teori Charles Sanders Peirce yaitu ikon, indeks dan simbol, atau logo aplikasi media sosial memiliki bentuk gambar dan warna yang memiliki makna atau tanda, kemudian dari 2 logo aplikasi media sosial di kaji dalam makna dan tanda, dan di paparkan secara memaparkannya ke bagian suatu bentuk analisis yang tersistematis. Bentuk Ikon, Indeks dan Simbol dalam logo facebook.

Hasil analisis data dan hasil temuan peneliti mencakup beberapa hal yaitu : a) ikon dalam aplikasi facebook dan messenger, b) indeks dalam aplikasi Facebook dan messenger, c) simbol dalam aplikasi Facebook. Penjelasan ketiga bentuk tanda akan dijelaskan sebagai berikut.

Pembahasan

BENTUK IKON DALAM APLIKASI FACEBOOK

Ikon pada logo aplikasi facebook menunjukkan orang yang sedang berdiri dan menunduk kebawah, yang seolah – olah memperhatikan sebuah benda yang ada di tangan, gambar tersebut di ilustrasikan seperti huruf “f” kecil yang melambangkan kata friendship yang artinya sebuah pertemanan .

INDEKS DALAM APLIKASI FACEBOOK

Logo aplikasi facebook menunjukkan orang yang sedang berdiri dan menunduk kebawah karena sibuk bermain facebook. manfaat facebook ini sebagai tempat untuk mencari teman dan disini kita dapat menjumpai teman lama, bisa menjadi media promosi yang efektif, tempat diskusi seperti group, sebagai tempat belajar dan bermain. Sekarang ini aplikasi facebook juga sebagai media hiburan (perfilman) yang bisa ditonton oleh masyarakat. Kita dapat menonton film – film yang sedang hits dengan cara membagikan link website. Facebook juga difasilitasi fitur live yang dapat digunakan pengguna untuk membagikan moment secara langsung. Dengan bertambahnya fitur – fitur facebook membuat pengguna sangat menyukai aplikasi ini, kini juga tersedia fitur *marketplace* yang menjual barang – barang kebutuhan sesuai tempat atau kota tempat tinggal atau di luar tempat tinggal pengguna.

SIMBOL DALAM APLIKASI FACEBOOK

Warna putih melambangkan bersih dan suci, ringan dan kebebasan serta memberikan kesan jauh lebih jelas di pandang mata. Dan Warna biru warna yang favorit untuk perusahaan yang berharap untuk menyampaikan kehandalan, dapat dipercaya dan komunikasi dan untuk mengekspresikan otoritas dan organisasi resmi. Pemilihan warna biru juga didasari oleh pendiri facebook itu sendiri yang memiliki buta warna parsial salah satunya terhadap warna merah tetapi tidak pada warna biru. Hal ini menjadi alasan mengapa warna biru dipilih menjadi warna dasar dari facebook yang cukup identik hingga saat ini. Penggunaan font jenis Klavika logo facebook pun dirilis, kesederhanaan logo pun menjadi identitas tersendiri sehingga tidak ada perubahan yang berarti pada logonya.

BENTUK IKON DALAM APLIKASI MESSENGER



Gambar 2. Gambar ikon *Messenger*

[Sumber : <https://www.pnggg.com/en/png-bzdaq>]

Ketika lingkaran **biru** tersebut sudah ada tanda centang di dalamnya, maka **itu** berarti pesan tersebut sudah dikirim oleh **Messenger**. Lingkaran dengan **warna biru** penuh dan tanda centang di dalamnya menunjukkan bahwa pesan yang kita kirim sudah sampai di tujuan, namun belum dibaca. Bentuk dari ikon messenger ini menyerupai lingkaran yang memiliki ujung di bagian bawah, membentuk sebuah ikon *Speech Bubble* (gelembung ucapan) yang berbentuk oval, ikon tersebut dapat di artikan semua pengguna messenger dapat berbagi pesan.

BENTUK INDEKS DALAM APLIKASI MESSENGER

Messenger di artikan (pengirim pesan), panggilan suara dan panggilan video. Messenger ini terlihat lebih ringkas dengan berwarna putih namun masih ada warna biru khas jejaring sosial dengan logo facebook.

BENTUK SIMBOL DALAM APLIKASI MESSENGER

Dan dengan warna biru yang terkandung kesan komunikasi, kedamaian, kepercayaan, persahabatan, harmonis, atau lainnya. Pada perusahaan aplikasi messenger ini dapat di artikan sebagai komunikasi, karna aplikasi messenger ini dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang jauh atau pun sekitarnya.

Berdasarkan pembahasan data penelitian diatas penulis mendapatkan keseluruhan hasil data penelitian sebanyak (2 ikon), (indeks 2), (simbol 2). Dari data tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa di dalam logo aplikasi media sosial terdapat makna dan tanda semiotika Charles Sanders Pierce.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kajian semiotika dapat menjelaskan makna logo yang ada pada aplikasi facebook maupun aplikasi messenger, yang masing – masing logo memiliki ciri, bentuk, identitas dan warna yang hampir sama. Logo aplikasi facebook dan messenger menurut teori Charles Sanders Peirce serupa, ikon, indeks dan symbol. Terdapat sebanyak (2 ikon), (indeks 2), (simbol 2).

Dari kajian Semiotika yang telah dilakukan, logo aplikasi facebook dan messenger memperlihatkan adanya ikatan dan relasi antar tanda ikon, indeks atau simbol baikpun oleh warna, bentuk, properti atau situasi selalu bersangkutan atau sedikit banyak dapat dijelaskan makna yang tercantum di dalamnya setiap logo aplikasi media sosial, dan sehingga informasi yang diberitahukan akan lebih mudah dipahami dan dicerna pada para pembacanya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kusrianto, Adi. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi. (2009).
Jeffkins, Frank, Public Relations, Jakarta, Erlangga. 1995.
- [2] Sultanatta, Canditra, And Siti Maryam. "Analisis Semiotika Logo Brodo Footweardi Media Sosial Twitter (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)." *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1.1 (2019).
- [3] Wulandari, Sovia, And Erik D. Siregar. "Kajian Semiotika Charles Sanders Pierce: Relasi Trikotomi (Ikon, Indeks Dan Simbol) Dalam Cerpen Anak Mercusuar Karya Mashdar Zainal." *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora* 4.1 (2020): 29-41.
- [4] Rustan, Suriyanto. Mendesain Logo. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama. (2009).
- [5] Kotler, Philip.. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol. Jakarta : Pt. Prehallindo. 1991
- [6] Sukma Niarty. " Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial"
[Http://Repository.Umsu.Ac.Id/Bitstream/123456789/1396/1/Skripsi%20semiotika.Pdf](http://Repository.Umsu.Ac.Id/Bitstream/123456789/1396/1/Skripsi%20semiotika.Pdf), 7 SEPTEMBER 2021