

PEMAKNAAN PADA LOGO LAMA DAN LOGO BARU GOJEK

**(Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Pemaknaan Simbol Pada Logo
Lama dan Logo baru Gojek).**

SKRIPSI



OLEH:

Silviea Isnainie

NPM. 1643010175

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

SURABAYA

2021

Representasi Simbol Illuminati Pada Logo Lama dan Logo baru Gojek (Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Representasi Simbol Illuminati Pada Logo Lama dan Logo baru Gojek)

Disusun Oleh:

Silviea Isnainie

NPM: 1643010175

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NPT. 368049400281

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP.195907011987031001

Pemaknaan Simbol Pada Logo Lama dan Logo Baru Gojek.
(Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Pemaknaan Simbol Pada Logo Lama dan Logo Baru Gojek).

Oleh:

Silviea Isnainie
NPM : 1643010175

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 23 Desember 2020.

Pembimbing Utama

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NPT. 368049400281

1. Ketua Tim Penguji

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NPT. 368049400281

2. Sekretaris

Ade Kusuma, M.Med.Kom.

NIP. 1985 0103 2018 03 2001

3. Anggota

Ririn Husni, S.Sos, M.Med.Kom.

NPT. 3 8904 13 03401

Mengetahui,
DEKAN Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Drs. Ec. Geniul Sukarno, MS, CHRA

NIP. 19590701 198703 1001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyusun skripsi sebagai untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar kesarjanaan strata (S1) pada program studi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Skripsi ini disusun dengan judul “ Pemaknaan Simbol Pada Logo Gojek “ (Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Pemaknaan Simbol Pada Logo Lama dan Logo baru Gojek).

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu kritik maupun saran sangat diharapkan dari penulis. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, diantaranya :.

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno. M.S, CHRA. Selaku Dekan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, sekaligus dosen pembimbing penulis yang dengan sabar meluangkan waktunya guna membimbing dan mengarahkan penulis saat proses penyusunan skripsi.
3. Dr. Yuli Candrasari, S. Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Irwan Dwi Arianto, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas bantuan bimbingan yang diberikan pada penulis saat menyusun skripsinya.
5. Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom selaku Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang dengan sabar menjelaskan lebih mendalam mengenai konsep teori Roland Barthes pada penulis saat menyusun skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Tata Usaha Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Terima kasih kepada ibu saya tercinta, walaupun sedang sakit dan menjalani terapi namun tetap senantiasa mendoakan dan menyemangati penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Teruntuk bapak saya tercinta, terima kasih telah menjadi penyemangat dan motivasi selama proses menyusun skripsi ini.

9. Terima kasih pada kakak penulis yang selalu memberikan doa dan semangatnya agar penulis cepat menyelesaikan skripsinya.
10. Terima kasih kepada mbak Ria Hanistya yang telah memberikan semangat dan dorongan agar penulis segera menyelesaikan skripsinya.
11. Segenap angkatan Ilmu Komunikasi 2016 sebagai tempat untuk bertukar pikiran dan berdiskusi dalam menyusun skripsi.
12. Bestie Dewi Anggraeni, Hanbin, Refian Hadi P, Bobby, June yang selalu memberikan dukungan pada penulis dalam menyusun skripsi.
13. Terima kasih Dian Fatmawati, Dea Hesti Y, Nova Lestari yang menjadi teman berbagi saat menyusun skripsi.
14. Andika Roy Marantika saudara jauh yang selalu memberikan dukungan pada penulis dalam menyusun skripsi ini.
15. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis dan pihak yang berkepentingan. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, 23 Desember 2020

Silviea Isnainie

NPM. 1643010175

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.i
DAFTAR ISI.....	viError! Bookmark not defined.i
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.i
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.ii
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II.....	22
KAJIAN PUSTAKA.....	32
2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2. Landasan Teori	27
2.2.1 Logo Sebagai Simbol.....	27
2.2.2 Unsur Bentuk Logo.....	32
2.2.3 Elemen Pembentuk Logo.....	33
2.2.4 Studi Visual.....	34
2.2.5 Titik.....	34
2.2.6 Bidang.....	34

2.2.7 Warna.....	36
2.2.8 Font dan Huruf.....	39
2.2.9 Teori Simbol.....	40
2.2.10 Konsep Makna.....	45
2.2.11 Teori Ilmu Komunikasi.....	47
2.2.12 Teori Semiotika.....	53
2.2.13 Komunikasi Budaya.....	56
2.2.14. Perkembangan di Era Digital.....	59
2.5.15 Semiotika Roland Barthes.....	6
2.2.16 Analisis Roland Barthes.....	67
2.3. Kerangka Berpikir.....	69
BAB III.....	73
Metode Penelitian.....	73
3.1 Jenis Penelitian.....	73
3.2 Definisi Konseptual.....	74
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.4 Analisis Data.....	76
BAB IV.....	88
Bab V.....	113

DAFTAR TABEL

Halaman

DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Perbedaan Penelitian	24
2.2 Makna Warna	38
2.3 Peta Konsep Roland Barthes	66
2.4 Kerangka Berpikir.....	69
3.1 Pembagian makna	73
3.2 Konsep Tanda Roland Barthes	76

DAFTAR GAMBAR

Halaman

DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
1.1 Studi Bidang	35
2.1 Studi Warna	38

ABSTRAK

SILVIEA ISNAINIE, PEMAKNAAN SIMBOL PADA LOGO LAMA dan LOGO BARU GOJEK (Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang PemAKNAAN Logo Lama dan Logo Baru Gojek)

Rebranding merupakan suatu upaya untuk memperbarui *image* atau citra pada suatu produk atau lembaga perusahaan. Faktor yang mendasari rebranding adalah persaingan bisnis yang semakin ketat. rebranding diperlukan untuk dapat terus meregenerasi kualitas produknya. Salah satu perusahaan yang pernah melakukan rebranding adalah PT. Gojek Indonesia. Gojek merupakan penyedia jasa layanan transportasi berbasis teknologi. Dengan adanya perkembangan teknologi dapat membantu memperbaiki kegiatan ekonomi termasuk ekonomi global masa kini yang menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi berbagai perusahaan. Untuk dapat mencapai keadaan tersebut diperlukan sebuah identitas sebagai jati diri perusahaan. Di era modern seperti saat ini suatu perusahaan membutuhkan sebuah inovasi untuk melakukan suatu perubahan baik dalam internal maupun eksternal perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengupas secara mendalam tentang makna simbol dalam branding logo Gojek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika oleh Roland Barthes. Pengumpulan data dilakukan melalui data sekunder berupa literature, penggunaan bahan documenter seperti gambar pada logo lama dan logo baru Gojek yang meliputi penggunaan warna, font, simbol pada desain logo Gojek, studi kepustakaan, e-book, jurnal-jurnal semiotika ilmu komunikasi, dan internet. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Dengan data yang telah diperoleh peneliti menghasilkan interpretasi terhadap tanda, objek, dan lambang pada visualisasi yang dimainkan oleh Gojek sangat mendominasi sehingga pesan dari Gojek sebagai penyedia jasa layanan yang mampu menjangkau lebih luas wilayah, jaringan dan ketepatan lokasi dapat tersampaikan pada masyarakat pengguna setia aplikasi Gojek.

Kata Kunci : Rebranding, Simbol, Teknologi di Era Digital , Logo Gojek, Analisis Semiotika, Roland Barthes.

ABSTRACT

MEANING OF SYMBOLS ON OLD LOGO AND NEW GOJEK LOGO (Roland Barthes Semiotic Analysis of Gojek's Old Logo and New Logo)

Rebranding is an attempt to update the image or imagery on a product or company institution. The underlying factor of rebranding is increasingly intense business competition. rebranding is needed to be able to continue to regenerate the quality of its products One of the companies that have done rebranding is PT. Gojek Indonesia. Gojek is a technology-based transportation service provider. With the development of technology can help improve economic activities including the global economy today that promises new business opportunities and challenges for various companies. To be able to achieve these circumstances, an identity as a company identity is required. In the modern era as it is today a company needs an innovation to make a change both internally and externally. This study aims to explore in depth about the meaning of symbols in Gojek logo branding. The research method used in this research is qualitative descriptive method with semiotic analysis approach by Roland Barthes. Data collection is carried out through secondary data in the form of literature, the use of documenter materials such as images on the old logo and the new Gojek logo which includes the use of colors, fonts, symbols on gojek logo design, literature studies, e-books, semiotic journals of communication science, and the internet. The results of this study show that with the data that has been obtained by researchers produce interpretations of signs, objects, and emblems on visualizations played by Gojek dominates so that the message from Gojek as a service provider that is able to reach a wider area, network and location accuracy can be conveyed to the loyal user community of gojek application.

Keywords : Rebranding, Symbols, Digital Age Technology, Gojek Logo, Semiotic Analysis, Roland Barthes.