

**ANALISIS SEMIOTIKA LOGO KEMENTERIAN PARIWISATA
DAN EKONOMI KREATIF “*THOUGHTFUL INDONESIA*” DI
MASA PANDEMI *COVID-19***

SKRIPSI



Oleh:

Kurniawan Noor Ananda

NPM. 1643010151

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2020

**ANALISIS SEMIOTIKA LOGO KEMENTERIAN
PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF “THOUGHTFUL
INDONESIA” DI MASA PANDEMI COVID-19**

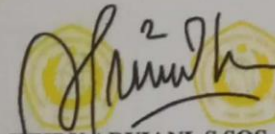
Disusun Oleh :

KURNIAWAN NOOR ANANDA

NPM. 1643010151

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING



HEIDY ARVANI, S.SOS. MA.

NIP. 19851107 201803 200

Mengetahui,

DEKAN FISIP



DR. DRS. EC. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA

NIP. 195907011987031001

**ANALISIS SEMIOTIKA LOGO KEMENTERIAN
PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF “THOUGHTFUL
INDONESIA” DI MASA PANDEMI COVID-19**

Oleh :

KURNIAWAN NOOR ANANDA

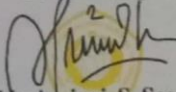
NPM. 1643010151

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

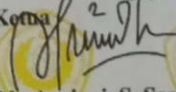
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal 05 Januari 2022

Pembimbing


Heidy Arviani, S. Sos. MA.
NIP.198511072018032001


Tim Penguji

1. Ketua

Heidy Arviani, S. Sos. MA.
NIP.198511072018032001

2. Sekretaris



DR. Rudi M. Indriastuti, M.Si.
NPT 3 7401 99 01711

3. Anggota


Dra. Diana Amalia, M.Si.
NIP. 1963 0907 1991 03 2001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


DR. DRs. EG. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

ii

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Semiotika Logo Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif “Thoughtful Indonesia” di Masa Pandemi Covid-19**” dengan lancar.

Dalam menyelesaikan penelitian ini tentu penulis menemui hambatan dan tantangan. Sehingga penulis sepenuhnya sadar, apabila dalam penulisan laporan ini masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan permohonan maaf sebesar-besarnya serta kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik.

Dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim.
2. DR. Yuli Candrasari, M. Si selaku Koordinator Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur.
3. Heidy Arviani, S.Sos, MA. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan waktunya selama proses bimbingan skripsi.
4. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

5. Ibu, Ayah, Kakak, Adik, Omah, Opah dan Seluruh Keluarga Achmad yang selalu memberikan dukungan secara penuh kepada penulis.
6. Ismah, Ezra, Roland, Khelvin, Kikik, Reza, Rendyka, Bagas, Hakim, Darmawan, Anton, Laras, Dio, Keluarga Sangkar Burung dan semua teman-teman atas segala canda tawa yang telah dijalani bersama selama perkuliahan dan proses pengerjaan Skripsi.
7. Maria Natalia, Silvi, dan Bella yang selalu mengingatkan, penyemangat sekaligus sebagai Tutor sebaya selama pengerjaan Skripsi.
8. Semua rekan kerja maupun Bos selama bekerja di PT Berkah Nusantara, CV Multisarana Ban, PT Shell Indonesia dan Rorojonggrang Wedding Organizer.
9. Nesya, Hemas, Brendy, Cath, Bintang, Ayu, Aldo, Mas Tatok dan teman-teman Janji Jiwa lainnya yang telah sepenuhnya menjadi semangat dalam proses pengerjaan skripsi.

Demikian yang dapat penulis sampaikan berkaitan dengan skripsi ini, Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Surabaya, 19 Maret 2021

Penulis,



Kurniawan Noor Ananda

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAKSI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis	9
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Peluang dan Tantangan Pariwisata Indonesia.....	15
2.3. Iklan Sebagai Konstruksi Realitas	16
2.4. Semiotika.....	19
2.4.1. Semiotika Charles Sanders Peirce.....	21
2.4.2. Teori Model Triadic (Segitiga Makna) Charles Sanders Peirce	22
2.5. Logo.....	29
2.6. Warna	32
2.7. Tipografi	35
2.8. Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Jenis Penelitian.....	39

3.2. Metode Penelitian.....	39
3.3. Kerangka Konseptual	40
3.3.1. Korpus.....	40
3.3.2. Definisi Konseptual	42
3.4. Subjek dan Unit Analisis	44
3.4.1. Subjek Penelitian.....	44
3.4.2. Unit Analisis.....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6. Teknik Analisis Data	46
BAB IV PEMBAHASAN & HASIL PENELITIAN	48
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1. Sejarah Kementrian Pariwisata Indonesia.....	48
4.1.2. Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif	50
4.1.3. Visi, Misi, & Tujuan Kemenparekraf	55
4.1.4. Sejarah dan Perkembangan Logo “ <i>Thoughtful Indonesia</i> ”	56
4.2. Hasil Penelitian	65
4.2.1. Visualisasi Logo <i>Thoughtful Indonesia</i>	65
4.3. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Thoughtful Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Teori Segitiga Makna (Triangle of Meaning).....	24
Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikir	38
Gambar 3. 1 Logo Thoughtful Indonesia.....	40
Gambar 3. 2 Teori Segitiga Makna (Triangle of Meaning)	47
Gambar 4. 1 Sejarah Kementerian Pariwisata.....	50
Gambar 4. 2 Perkembangan Logo Pariwisata Indonesia	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Perbandingan Penelitian Sejenis Sebelumnya	14
Tabel 4. 1 Visualisasi Logo Thoughtful Indonesia.....	66
Tabel 4. 2 Pedoman Aplikasi Brand & Design (Brand and Design Application Guidances).....	69
Tabel 4. 3 Paparan dari teori Peirce	77

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang makna logo *Thoughtful* Indonesia dengan menggunakan sudut pandang semiotika Charles Sanders Peirce. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa dan mendeskripsikan makna dari tanda-tanda yang terdapat di dalam logo *Thoughtful* Indonesia. Tanda-tanda tersebut dianalisa dan dimaknai menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini bersifat semiotika. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut: Tanda yang terdapat pada bentuk logo *Thoughtful* Indonesia, warna dan tipografi tersebut sesuai dengan misi Kemenparekraf mereposisi logo *Wonderful* Indonesia menjadi *Thoughtful* Indonesia. Perubahan kata *Wonderful* menjadi *Thoughtful* mewakili pesan rasa empati yang ingin disampaikan Kemenparekraf kepada pelaku disektor industri pariwisata maupun dunia yang terdampak dalam keadaan darurat pandemi *Covid-19*, tanpa harus merubah visi misi yang ingin dicapai di logo sebelumnya. Seperti janji bahwa Indonesia kaya dengan ketakjuban, dari segala aspek manusia maupun alamnya, yang mengusik kalbu dan menjanjikan pengalaman baru yang menyenangkan. Konsep burung yang suka berkelompok melambangkan hidup damai antar sesama di alam sentosa. Rentangan sayap berarti keterbukaan, hasrat untuk terbang jauh, melintas batas. Walaupun logo ini hanya menjadi logo sementara selama masa pandemi *Covid-19*, namun logo ini juga menjadi landasan awal untuk program pemerintah kedepannya untuk menanggulangi permasalahan selama pandemi *Covid-19*. Selain itu logo *Thoughtful* Indonesia juga sebagai strategi pemasaran *soft promotion* juga ke luar.

Kata kunci : Logo, Makna Tanda, *Thoughtful* Indonesia

ABSTRACT

This study discusses the meaning of the Thoughtful Indonesia logo using the semiotic point of view of Charles Sanders Peirce. The purpose of this study is to analyze and describe the meaning of the signs contained in the Thoughtful Indonesia logo. These signs were analyzed and interpreted using the semiotic method of Charles Sanders Peirce. This research is semiotic. Based on the results of the research that has been described in the discussion, the following conclusions can be drawn: The signs contained in the Thoughtful Indonesia logo shape, color and typography are in accordance with the Ministry of Tourism and Creative Economy's mission to reposition the Wonderful Indonesia logo into Thoughtful Indonesia. The change in the word Wonderful to Thoughtful represents a message of empathy that the Ministry of Tourism and Creative Economy wants to convey to actors in the tourism industry and the world who are affected by the Covid-19 pandemic emergency, without having to change the vision and mission to be achieved in the previous logo. Like the promise that Indonesia is rich with wonders, from all aspects of humans and nature, which disturbs the heart and promises new experiences that are fun. The concept of birds that like to group together symbolizes peaceful living among each other in a peaceful nature. Wingspan means openness, the desire to fly far, to cross boundaries. Although this logo is only a temporary logo during the Covid-19 pandemic, this logo is also the initial basis for future government programs to tackle problems during the Covid-19 pandemic. In addition, the Thoughtful Indonesia logo is also a marketing strategy for soft promotion.

Keywords: Logo, Sign Meaning, Thoughtful Indonesia