

**MAKNA LOGO PONDOK PESANTREN
FATKHUL MU'IN PURWOKERTO
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**



SKRIPSI

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Oleh :

HAI DAR HILMY AL FARIZ

NIM. 1617102062

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
2021**

**Makna Logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**

Haidar Hilmy Al Fariz
1617102062
haidarhilmy7@gmail.com

Jurusan S1 Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

ABSTRAK

Logo merupakan sebuah ciri identitas yang mempunyai keterkaitan dengan suatu tujuan, harapan, atau sebuah pencapaian bagi pemiliknya. Pada seni desain grafis, dalam pembuatan logo harus mengutamakan sebuah konsep baik dalam penerapan simbol, warna, garis, dan tulisan dan makna setiap elemen yang diterapkan didalam logo. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis akan meneliti salah satu logo dari Lembaga Pondok Pesantren Fatkhul Muin dan merumuskan masalah apa makna yang terkandung pada setiap simbol yang terdapat pada logo.

Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif. Sedangkan pendekatannya menggunakan analisis semiotika visual Charles Sanders Peirce yang berisikan tentang segitiga makna atau triangle of meaning yang terdiri dari Representant, Object, dan Interpretant.

Hasil penelitian berdasarkan analisis semiotika pada logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto baik tanda, simbol, warna, dan tipografi yang diterapkan pada logo memiliki makna sebagai kesatuan sebuah tujuan, harapan didirikannya Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto sebagai tempat asrama yang digunakan untuk menempa ilmu-ilmu agama guna menciptakan generasi-generasi santri yang islami dan menanamkan wawasan keislaman Ahlusunnah Waljama'ah yang inklusif melalui kajian kitab-kitab yang diajarkan serta memiliki kesesuaian dengan ciri khas lainnya salah satunya visi misi sebagai konsep utama terciptanya logo.

Kata Kunci : Desain Grafis, Logo, Pondok Pesantren Fatkhul Muin, Semiotika Charles Sanders Peirce.

DAFTAR ISI

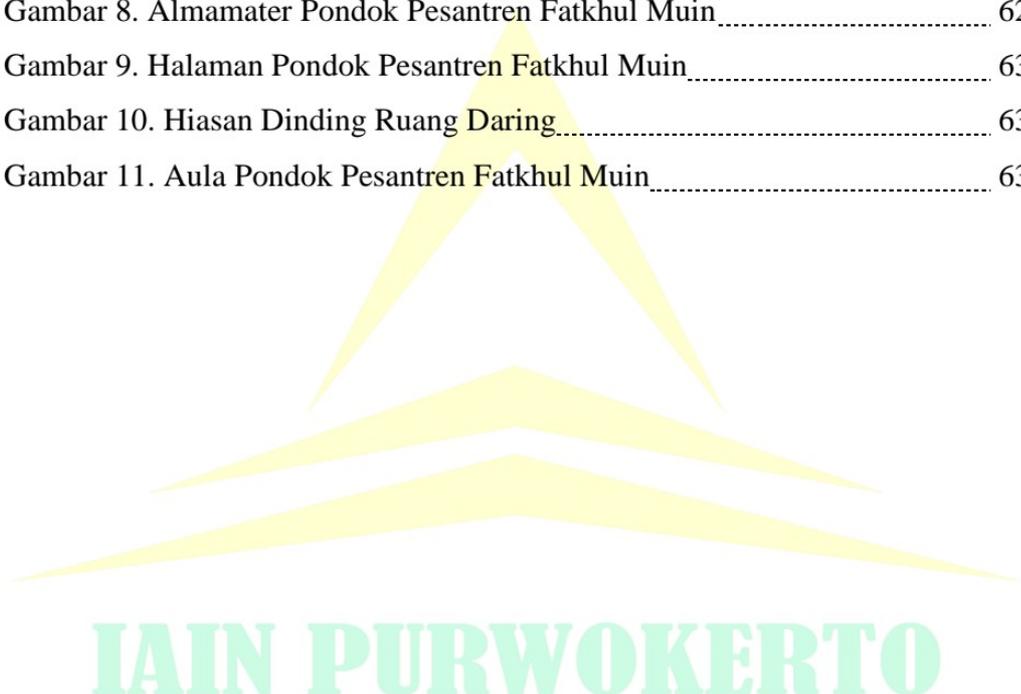
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	viv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	9
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II : LOGO DALAM SEMIOTIKA CARLES SANDERS PEIRCE	13
A. Pondok Pesantren	13
B. Desain Komunikasi Visual	15
C. Desain Grafis	16
D. Logo	21
E. Semiotika Charles Sanders Peirce	24

BAB III : METODE PENELITIAN	32
A. Metode dan Jenis Penelitian	32
B. Subjek dan Objek Penelitian	32
C. Sumber Data	32
D. Metode Pengumpulan Data	33
E. Metode Analisis Data	34
BAB VI : HASIL PENELITIAN DAN MAKNA LOGO PPFM	67
A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto	37
B. Makna Desain Logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto	46
C. Kesesuaian Logo dengan ciri khas lainnya	58
BAB V : PENUTUP	67
A. Simpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Segitiga Makna Peirce.....	29
Gambar 2. Transformasi Logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin.....	38
Gambar 3. Logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin.....	39
Gambar 4. Logo Sementara PPFM.....	40
Gambar 5. Logo Pertama PPFM.....	41
Gambar 6. Logo Kedua PPFM.....	42
Gambar 7. Dokumentasi Satuan Logo PPFM.....	46
Gambar 8. Almamater Pondok Pesantren Fatkhul Muin.....	62
Gambar 9. Halaman Pondok Pesantren Fatkhul Muin.....	63
Gambar 10. Hiasan Dinding Ruang Daring.....	63
Gambar 11. Aula Pondok Pesantren Fatkhul Muin.....	63



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pemaknaan Simbol-simbol Logo PPFM.....	47
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Visi Misi Pondok Pesantren Fatkhul Muin.....	60
--	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga institusi atau lembaga keislaman yang sangat mapan, dalam hal ini yaitu salah satu contohnya memberikan pengaruh yang cukup besar pada masyarakat Indonesia seperti kehidupan sosial, toleransi, mencetak generasi yang berakhlak baik, dan yang cukup berpengaruh besar adalah dalam ilmu agama. Pondok Pesantren dalam arti umum adalah suatu lembaga pendidikan dengan sistem asrama, dengan tujuan sebagai suatu tempat pembelajaran ilmu agama dan Kyai dijadikan sebagai figur sentralnya/Guru, Masjid sebagai titik pusat yang menjiwai, dan Santri sebagai siswanya.

Pembelajaran yang diterapkan pada pondok pesantren selain mempelajari ilmu keagamaan juga mempelajari banyak hal seperti ilmu sosial, ilmu kemanusiaan, kesederhanaan, keikhlasan, dan mempelajari ilmu kehidupan lainnya agar menciptakan santri yang mandiri. Mengenai beberapa poin yang sudah dijelaskan, berikut adalah potongan ayat Al Qur'an Surat Al- Mujadalahh Ayat 11 :

يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

Artinya : ...niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat.

Menurut catatan yang ada, di Indonesia sendiri pondok pesantren pertama kali didirikan sejak tahun 1596 sampai sekarang dan sudah tersebar diberbagai wilayah Indonesia baik dikota-kota besar bahkan disuatu desa. Dalam perkembangan zaman pondok pesantren sendiri mau tidak mau harus mempunyai eksistensi agar tidak tertinggal akan zaman

yang sudah maju atau modern, agar mampu bersaing dalam hal pendidikan dikarenakan pendidikan sendiri mempunyai pengaruh yang besar agar mampu mencetak generasi yang berguna bagi Nusa, Bangsa, dan Agama. Salah satu contoh perkembangan zaman dalam kehidupan ini adalah adanya identitas dari suatu lembaga atau organisasi seperti lagu mars, almamater, bendera, dan juga logo.

Banyaknya pondok pesantren di Indonesia pastinya mempunyai ciri khas masing-masing salah satunya adalah logo, logo mempunyai makna yang bisa saja terkait dengan suatu pondok itu sendiri seperti visi dan misi, pembelajaran yang diterapkan, bahkan suatu pencapaian yang ingin dicapai dan logo juga dijadikan sebagai satu ciri khas yang paling terlihat jelas dan unik untuk ditampilkan kepada masyarakat untuk keperluan marketing.

Logo adalah sebuah bentuk atau sketsa gambar yang divisualisasi dari visi dan misi sebuah perusahaan atau organisasi maupun jenis produk. Sebuah logo perusahaan atau organisasi akan dikatakan sukses apabila perusahaan tersebut mempunyai ciri khas *brand* sendiri yang mudah diterima oleh ingatan masyarakat sebagai pengganti nama perusahaan atau organisasi tersebut. Saat ini logo juga semakin dibutuhkan oleh banyak orang, bukan hanya pada perusahaan maupun produk, tetapi dalam setiap karakter dibutuhkan logo agar supaya merefleksikan ciri khas dari pengguna produk tersebut.¹

Menurut Feri Caniago, “logo merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara dan hal-hal yang lainnya yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti yang sebenarnya.” . Logo juga termasuk salah satu komponen penting dari setiap merek perusahaan dan

¹ Muhammad Sabri, “Analisis Semiotika Logo Restoran Srikandi”, *Jurnal Proporsi*, Vol. 2., No. 2., Mei 2017, hlm. 200.

juga bagian yang paling sulit untuk mengeksekusi.²

Sedangkan menurut ungkapan Martadi, logo yang baik akan mencerminkan jenis usaha yang dikelola pemilik logo tersebut berdasarkan idiom-idiom grafis yang telah dikenal oleh publik. peran logo juga dimainkan dalam pengenalan lembaga pendidikan dan karena keunikannya membuat logo mudah dikenal dari bentuk dan warnanya. Pilihan warna merupakan salah satu vital dari desain karena sangat akan berpengaruh pada tampilan logo yang dimiliki. Penggunaan warna sering kali menunjukkan suasana emosional, suka cita, afiliasi politik.³

Logo sendiri termasuk dalam kategori seni Desain grafis, dimana pembuatannya memerlukan beberapa unsur dasar atau elemen, dan prinsip yang digunakan dalam desain grafis. Sedangkan Desain grafis sendiri menurut pandangan ilmu komunikasi adalah menyampaikan pesan virtual berwujud teks dan gambar dari komunikator kepada komunikan, dan juga desain grafis juga lazim disebut sebagai desain komunikasi visual.⁴

Desain grafis sendiri dapat dikategorikan salah satu contoh komunikasi non verbal, dimana komunikasi non-verbal dalam simbol-simbol biasanya membutuhkan kesadaran yang lebih agar bisa tercapai suatu maknanya, dalam hal ini setiap simbol pasti mempunyai arti yang bisa dimengerti maupun harus diteliti apa maksud atau makna yang terkandung didalamnya. Dalam dunia pembelajaran atau ilmu yang dimaksud kategori simbol-simbol mampu memberikan komunikasi ada pada mata pembelajaran atau ilmu Desain Komunikasi Visual atau seni menyampaikan pesan (*art of communication*) yang mempunyai pengertian suatu disiplin ilmu yang

² John, Ardi, dkk, "Analisis Semiotika Logo Rumah Makan Patinku", *Jurnal Proporsi*, Vol. 3., No. 1., November 2017, hlm. 34.

³ Alen Manggola, "Analisis Semiotika Logo Ja-alHaq Metode Charles Sanders Pierce Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Kota Bengkulu", *Al-Munzir*, Vol. 12., No. 1., Mei 2019, hlm. 2.

⁴ Vinsensius Sitepu, "Panduan Mengenal Desain Grafis", *E-Book*, www.escaeva.com, hlm. 9.

bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengolah berbagai elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna.⁵

Sebagai contohnya dalam pembuatan desain poster iklan, desain pamflet, desain logo, dan masih banyak lagi diantaranya. Di Indonesia sendiri seorang desainer mempunyai makna dan tujuan sendiri dalam pembuatannya, seperti media dakwah yang bersifat seruan atau ajakan, promosi, bentuk simpatisme, ataupun dengan tujuan lain hanya sekedar untuk hiburan, lelucon, bahkan provokasi. Terkait dengan berbagai bentuk tujuan dari desain di Indonesia salah satu tujuan paling utama adalah menyampaikan informasi untuk masyarakat.

Dalam desain grafis terdapat elemen-elemen atau unsur-unsur dasar dan prinsip yang harus diterapkan dalam menuangkan karya, contoh dari elemen yang dimaksud yaitu garis, bentuk, ruang, tekstur, dan warna. Sedangkan contoh dari prinsip desain grafis adalah kesederhanaan, keseimbangan, kesatuan, penekanan (aksentuasi) dan irama (repetisi).

Biasanya seseorang dalam pembuatan logo sendiri menggunakan dua cara yaitu menggunakan cara manual terlebih dahulu menggambar atau mendesain dikertas lalu baru menggunakan aplikasi desain grafis, dan yang kedua langsung menerapkannya di aplikasi desain grafis. Aplikasi atau software yang sering digunakan untuk membuat desain logo ada berbagai jenis contohnya Corel Draw, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan masih banyak lagi.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas suatu logo bisa digunakan untuk suatu organisasi ataupun untuk pribadi, dalam hal ini salah satu organisasi yang juga menggunakan logo sebagai simbolis adalah pondok pesantren atau

⁵ Alen Manggola, "Analisis Semiotika Logo Ja-alHaq Metode Charles Sanders Pierce Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Kota Bengkulu", *Al-Munzir*, Vol. 12., No. 1., Mei 2019, hlm. 4-5.

tempat asrama.

Salah satu contoh pondok pesantren yang akan peneliti lakukan sebagai objek penelitian makna logonya adalah Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto. Pondok Pesantren Fatlhul Muin (PPFM) Purwokerto berdisi sejak tahun 2002, yaitu merupakan cabang dari Pondok Pesantren Fatkhul Muin Wonosobo yang didirikan oleh KH. Abdul Ghofir pada tahun 1996. Pendirian PPFM Purwokerto ini berawal dari tadarus dan kajian tafsir al-Quran yang diikuti oleh Mahasiswa IAIN Purwokerto, seiring dengan bertambahnya santri maka mulai tahun 2012 mulailah didirikanya Asrama pondok dan bertambahnya kegiatan yang dilakukan.

PPFM Purwokerto sendiri diasuh oleh KH. Nasrudin, M.Ag dan Ny Hj. Durotun Nafisah, S.Ag., M.S.I dan beberapa ustadz yang ada, seiring berjalanya waktu PPFM sendiri secara umum merupakan respon akan kebutuhan masyarakat terhadap pentingnya menyiapkan generasi yang mempunyai basis iman yang kuat, akhlaq yang mulia, berwawasan keislaman serta mempunyai jiwa yang kokoh bersih dan teguh pendirian. Selain itu juga salah satu respon terhadap kebutuhan mahasiswa/mahasiswi IAIN Purwokerto untuk pengayaan materi-materi keislaman termasuk untuk meningkatkan kemampuan baca tulis al-Qur'an (BTA) dan praktek pengalaman ibadah (PPI).⁶ PPFM Purwokerto selain mempunyai beberapa kegiatan tentang pembelajaran ilmu agama juga mempunyai ciri khas khusus seperti logo, visi dan misi sebagai acuan tujuan didirikanya PPFM Purwokerto.

Dalam pembuatan logo sebagai alat branding dan identitas, pemilik harus mengutamakan atau memikirkan sebuah konsep yang matang agar bisa digunakan dalam jangka panjang tanpa melakukan sebuah perubahan dan

⁶ Pondok Pesantren Fatlhul Muin (PPFM) Purwokerto berdiri sejak tahun...
<http://sima.iainpurwokerto.ac.id/mask/pesantrenku.php?op=detail> . Diakses pada tanggal 11 Januari 2021

tidak mempengaruhi sebuah makna yang terkandung didalamnya. Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto sendiri sudah mengalami sebuah perubahan logo sebanyak Tiga kali dari pertama kali didirikan sampai dengan sekarang baik dari bentuk, warna, simbol-simbol yang diterapkan yang secara tidak langsung bisa mempengaruhi tujuan, konsep, ciri identitas serta makna yang terkandung didalamnya. Mengapa melakukan perubahan sebanyak tiga kali dan bagaimana pengaruhnya terhadap konsep, tujuan, visi-misi, dan juga makna yang terkandung didalamnya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, dalam mencari hasil perubahan logo diperlukan mencari makna yang terkandung dalam suatu logo pondok pesantren maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan kaidah-kaidah semiotika komunikasi dengan judul penelitian “Makna Logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce).

B. Penegasan Istilah

Untuk memperoleh pemahaman pada penelitian ini, maka penulis menjelaskan definisi pokok dan teori-teori yang berkaitan dengan judul sehingga menghindari dari kesalah pahaman kata dan makna. Maka dari itu penulis menjelaskannya sebagai berikut :

1. Semiotika

Semiotika menurut Charles Sanders Peirce adalah suatu hubungan antara tanda, objek, dan juga makna (*a relationship among as sign, an object, and a meaning*). Menurut Charles Sanders Peirce dalam semiotika komunikasi tahun 2011 semiotika memiliki konsep yang menawarkan model dengan apa yang disebut triadic (Model

Segitiga) dan konsep trikonominya terbagi menjadi 3 yaitu *Represenstamen, Object, dan Interpretant*.⁷

Jika dilihat dari bidang desain, semiotika adalah sebuah paradigma, baik dalam pembacaan (*reading*) maupun penciptaan (*creating*) disebabkan adanya kecenderungan akhir-akhir ini dalam wacana desain untuk melihat objek-objek desain sebagai sebuah fenomena bahasa, yang didalamnya terdapat tanda (*sign*), pesan yang akan disampaikan (*message*), ataupun kode, serta unsur-unsur lainnya yang terlibat didalamnya sebagai subjek bahasa (*audiens, reader, user*).

Jadi semiotik adalah sebuah teknis analisis yang memperhatikan tanda dan simbol sebagai salah satu bentuk komunikasi.

2. Desain Komunikasi Visual

Dalam dunia pembelajaran atau ilmu yang dimaksud kategori simbol-simbol mampu memberikan komunikasi ada pada mata pembelajaran atau ilmu Desain Komunikasi Visual atau seni menyampaikan pesan (*art of communication*) yang mempunyai pengertian suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengolah berbagai elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna.⁸

⁷ Ukon Furkon Sukanda, "Makna Logo PT.Eigerindo Multi Produk Industri (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)", *Jurnal FSIP UI Syekh Yusuf Tangerang*, hlm. 70.

⁸ Alen Manggola, "Analisis Semiotika Logo Ja-alHaq Metode Charles Sanders Pierce Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Kota Bengkulu", *Al-Munzir*, Vol. 12., No. 1., Mei 2019, hlm. 4-5.

3. Logo

Logo adalah sebuah bentuk atau sketsa gambar yang divisualisasi dari visi dan misi sebuah perusahaan atau organisasi maupun jenis produk. Sebuah logo perusahaan atau organisasi akan dikatakan sukses apabila perusahaan tersebut mempunyai ciri khas *brand* sendiri yang mudah diterima oleh ingatan masyarakat sebagai pengganti nama perusahaan atau organisasi tersebut.

4. Pondok Pesantren

Pondok Pesantren dalam arti umum adalah suatu lembaga pendidikan dengan sistem asrama, dengan tujuan sebagai suatu tempat pembelajaran ilmu agama dan Kyai dijadikan sebagai figur sentralnya/Guru, Masjid sebagai titik pusat yang menjiwai, dan Santri sebagai siswanya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengambil perumusan masalah ini sebagai berikut: Bagaimana makna setiap simbol yang terdapat dalam logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto melalui Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce?

D. Tujuan Dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah “Mengetahui Makna Logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto melalui Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce”.

2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi gambaran atau referensi untuk yang akan datang terkait pengembangan ilmu komunikasi. Khususnya kajian semiotika dalam makna desain logo Pondok Pesantren.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi informasi yang bermanfaat bagi penulis dan masyarakat luas. Selain itu penelitian ini juga mampu menjadi referensi tentang pemaknaan suatu desain grafis salah satunya Logo.

E. Kajian Pustaka

Untuk menghindari persamaan penelitian ini, maka peneliti melakukan kajian terhadap penelitian-penelitian yang telah ada diantaranya yaitu :

Pertama, skripsi Muhammad Sabri yang berjudul *Analisis Semiotika Logo Restaurant Srikandi* dari jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Potensi Utama Medan. Penelitian milik Muhammad Sabri adalah penelitian kualitatif yang membahas pemaknaan sebuah logo dengan teori analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian tersebut adalah logo itu merupakan ciri identitas Restaurant Srikandi sendiri dengan adanya konsep berupa lesehan keluarga, rotan, dan daun pisang. Makna dari logo Restaurant Srikandi sendiri yaitu Kenyamanan, Kebersihan, Keluarga, Romantis, Suasana Desa, Alami, dan Kebersihan.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas makna simbol logo, jenis penelitian menggunakan kualitatif, objek penelitiannya sama-sama logo, dan teori beserta tokohnya yang digunakan guna mencari makna logo. Perbedaannya hanya dari subjek penelitian, yaitu pemilik logo milik Sabri subjeknya adalah Restaurant sedangkan milik penulis yaitu Asrama Pondok Pesantren.

Kedua, Jurnal dari John, Asril, dan Agung Eko Budi Waspada yang berjudul *Analisis Semiotika logo Rumah Makan Patinku*). Dari jurusan Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Bandung 2017. Penelitian dari John, Asril dan Agung ini adalah penelitian Kualitatif yang menggunakan teori semiotika Roland Barthes dengan memperhatikan tanda serta makna denotasi serta konotasi didalamnya. Hasil Penelitian ini memperoleh dua data yaitu pemaknaan secara denotatif dan konotatif, Makna secara denotatifnya yaitu berdasarkan unsur-unsur pembentuk logo menggunakan simbol yang diterapkan seperti asap, kumis ikan patin, dan piring. Sedangkan makna secara konotatifnya, sebuah kuliner ikan patin yang dihidangkan dalam keadaan hangat dan dipadukan dengan warna putih. Merah. Dan hitam yang mengandung makna kelahiran, kehidupan, dan kematian.

Persamaannya dengan penelitian ini adalah Objek penelitiannya yang meneliti tentang makna suatu desain logo. Sedangkan perbedaannya dari segi metode dan teorinya dimana penelitian milik John, Asril, Agung menggunakan metode dan teori milik Rolland Barthes dan Peneliti menggunakan metode dan teori semiotika milik Charles Sanders Peirce.

Ketiga, Skripsi Reno Riando yang berjudul *Makna Logo PT. Eigerindo Multi Produk Industri (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)*. Dari jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Syeikh Yusuf Tangerang. Penelitian Reno adalah kualitatif dengan teori analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian ini adalah logo PT Eigerindo mempunyai makna menggambarkan sesuatu yang berkelas dan menunjukkan asa untuk selalu menjadi lebih baik dalam memberi pelayanan serta menunjukkan komiyemen untuk memproduksi produk berkualitas yang dipersiapkan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam berkegiatan alam yang menyenangkan.

Persamaan dengan penelitian ini adalah dari objek penelitiannya yaitu logo, teori yang digunakan yaitu Analisis Semiotika milik Charles Sanders

Peirce, dan metode penelitian Semiotika Tradic atau Teori Segitiga dimana semiotika ini mempelajari tentang suatu hubungan antara tanda, objek, dan juga makna. Sedangkan perbedaannya yaitu subjeknya dan manfaat, penelitian Rebo subjeknya sebuah Toko dan mempunyai manfaat yang bersifat umum, dan milik penulis adalah sebuah tempat asrama pondok pesantren dan mempunyai manfaat yang bersifat pendidikan dan juga dari sisi agamis.

Keempat, Skripsi Alen Manggola yang berjudul *Analisis Semotika Logo Ja-alHaq Metode Charles Sanders Peirce Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Kota Bengkulu*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2019. Penelitian dari Alen Manggola ini adalah sebuah analisis menggunakan analisis milik Charles Sanders Peirce dan bertujuan untuk menganalisa dan mendeskripsikan makna dari tanda-tanda yang terdapat dari logo Ja-alHaq Bengkulu. Hasil Penelitiannya adalah logo milik Ja-alhaq Madrasah Ibtidaiyah mempunyai maknabahasannya logo tersebut merupakan taungan dari sebuah visi-misi yang ditampilkan dalam bentuk logo.

Persamaan dengan penelitian ini adalah metode yang digunakan sama, yakni penelitian kualitatif dengan analisis semiotika milik Charles Sanders Peirce sebagai teorinya dan objek yang dibahas dan memiliki suatu tujuan penelitian yang sama. Perbedaannya pertama hanya dari segi tempat pemilik logonya dimana Alen meneliti logo Madrasah Ibtidaiyah sedangkan milik peneliti yaitu logo Pondok Pesantren. Kedua, peneliti mempunyai tujuan sendiri agar ikut serta membantu memberikan informasi tambahan yaitu suatu ajakan tentang suatu pondok pesantren.

F. Sistematika Pembahasan

Jadi dalam penyusunan penelitian ini lebih terarah, penulis menyusunnya kedalam lima bagian, yang terdiri dari :

Pertama Pendahuluan, merupakan dasar penyusunan penelitian ini. Dalam bab ini, pembahasan yang meliputi pendahuluan terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian, Telaah Pustaka, Metodologi Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Kedua Kajian Teori, yang membahas teori-teori yang menunjang sebagai dasar pemikiran untuk membahas permasalahan dalam penelitian skripsi ini. Penelitian ini akan membahas mengenai landasan teori tentang logo, desain, semiotika, pondok pesantren, makna.

Ketiga Gambaran Umum yaitu menjelaskan gambaran umum tentang Desain Logo, Visi, Misi dan Ciri khas lainnya tentang Pondok Pesantren.

Keempat Data dan Temuan Penelitian, dalam bab ini menjabarkan hasil temuan penelitian dari data makna logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin berupa gambar ataupun teks.

Kelima, yaitu Pembahasan yang berisi uraian yang mengaitkan latar belakang, teori dan rumusan masalah. Dan yang Terakhir adalah Penutup berisi uraian yang terkait kesimpulan dan saran.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Secara garis besar, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa atau mendeskripsikan makna simbol-simbol yang terdapat pada logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto dengan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Dengan hasil analisis penulis memperoleh simpulan bahwasanya tanda, simbol, warna, dan tipografi yang diterapkan pada logo mempunyai kesimpulan makna yaitu sebagai tempat asrama yang digunakan untuk menempa ilmu-ilmu agama guna menciptakan generasi-generasi santri yang islami dan menanamkan wawasan keislaman Ahlusunnah Waljama'ah yang inklusif melalui kajian kitab-kitab yang diajarkan. Meskipun sudah melakukan perubahan sebanyak tiga kali, guna menyempurnakan sebuah tujuan atau visi misi berdirinya Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto agar bisa mengikuti perkembangan zaman.

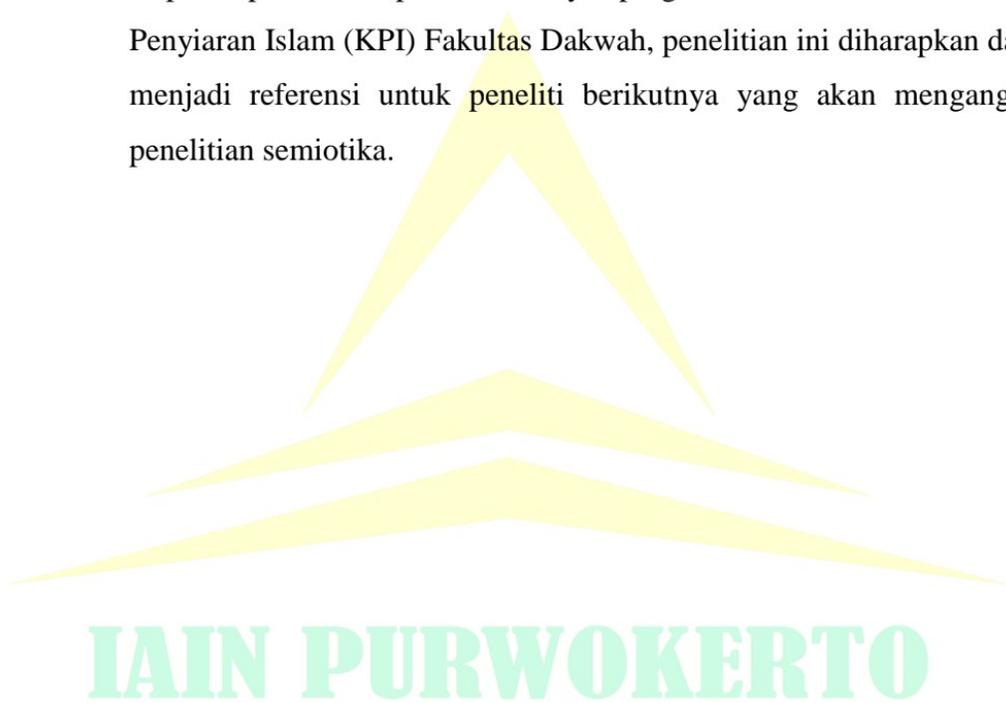
B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan analisis pada desain logo Pondok Pesantren Fatkhul Muin Purwokerto, penulis mempunyai beberapa saran diantaranya :

- a. Kepada Masyarakat, Organisasi, Perusahaan ataupun Mahasiswa jika dalam pembuatan sebuah logo kita hendaknya harus matang dalam memikirkan sebuah konsep yang tepat, karena sebuah logo merupakan salah satu ciri khas yang digunakan sebagai gambaran atau pandangan sebuah organisasi atau perusahaan bahkan individual baik dari segi bisnis maupun sekedar hanya untuk identitas saja. Dikarenakan logo merupakan salah satu contoh identitas yang akan ditampilkan dan juga dilihat paling utama oleh orang lain untuk dalam kategori Branding. Selain berkonsep matang dalam pembuatan sebuah logo juga harus

mengutamakan sisi unik, kreatif, dan yang terpenting adalah mempunyai ciri khas tersendiri atau tidak adanya konsep kesamaan atau plagiasi kepemilikan organisasi, perusahaan, atau individual orang lain.

- b. Kepada peneliti selanjutnya, untuk lebih teliti lagi dalam melakukan penelitian khususnya analisis semiotika.
- c. Kepada pihak kampus khususnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti berikutnya yang akan mengangkan penelitian semiotika.

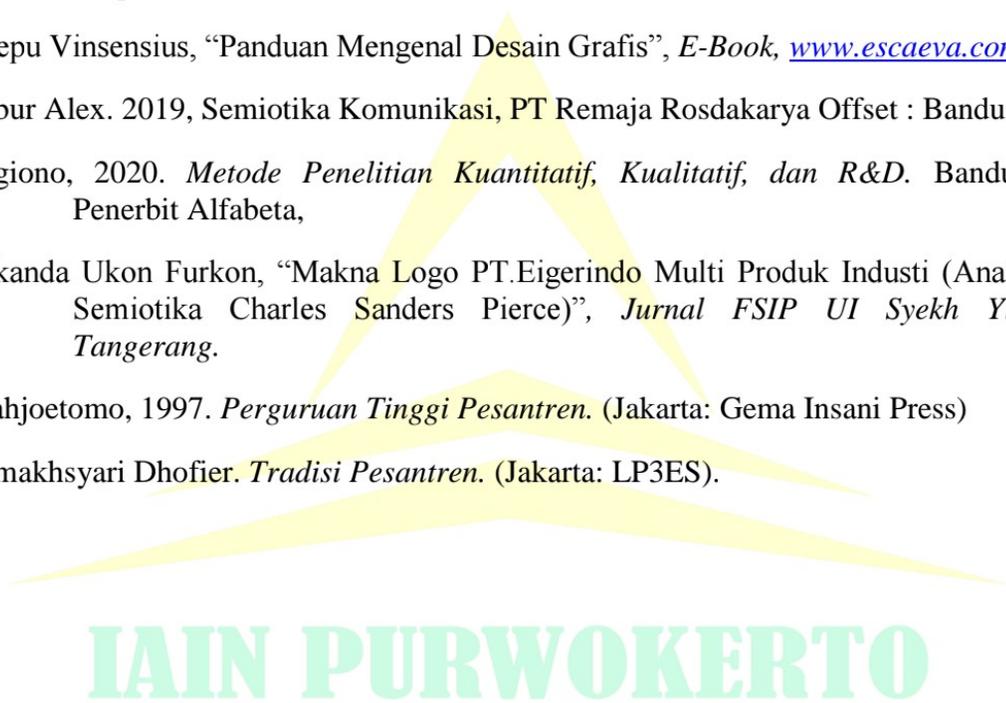


IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSAKA

- Amalia Dessy Res. “Desain Grafis : Sejarah dan Prinsip Desain Grafis”. *Modul Karakteristik Desain Grafis*.
- Budiman Kris 2011, *Semiotika Visual : Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*, Jalasutra : Yogyakarta.
- Cristiana, 2016. “Sebuah Analisis Semiotik Logo Koko Cici Indonesia (Penguatan Identitas dalam Koko Cici)”, *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*, hlm. 246-247.
- Danesi, Marcel. 2010. “Pesan, Tanda, dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi”. Yogyakarta : Jalasutra
- Darmawan Andreas James. 2016 .“Pengantar Desain Grafis” Kemendikbud.
- Dewojati R. Kuncoro Wulan. 2009 . “Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan”. *Jurnal Fakultas Bahasa dan Seni UNY*. Vol.7, No.2, Agustus.
- John, Ardi, dkk, 2017. “Analisis Semiotika Logo Rumah Makan Patinku”, *Jurnal Proporsi*, Vol. 3., No. 1.
- Kusmiati R., Artini. 1999. “Teori Dasar Desain Komunikasi Visual”. Jakarta : Djambatan.
- Kusrianto, Adi. 2007. “Pengantar Desain Komunikasi Visual”. Yogyakarta : Andi Offset
- Leonardo dkk. 2016, *Pengantar Desain Grafis*, kemendikbud.
- Manggola Alen, 2019. “Analisis Semiotika Logo Ja-alHaq Metode Charles Sanders Pierce Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Kota Bengkulu”, *Al-Munzir*, Vol. 12., No. 1.
- Martadi. 2002. “Reposisi Citra Melalui Logo” *Jurnal Nirmana*, Vol. 4., No. 1.
- Pamungkas Teguh. 2021, *Makna Pesan Iklan Homecare Unilever Edisi Ramadhan 2020 Versi Gerakan Masjid Bersih (Analisis Semiotika Visual Roland Barthes)*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Perdana Dimas. 2007. *Company Profile Radio Citra Suhada*. Jurnal Desain komunikasi visual, universitas computer Indonesia. Bandung.

- Pondok Pesantren Fatkhul Muin (PPFM) Purwokerto berdiri sejak tahun 2002, <http://sima.iainpurwokerto.ac.id/mask/pesantrenku.php?op=detail> . Diakses pada tanggal 11 Januari 2021
- Raharjo M. Dawam. 1985, *Pergaulan Dunia Pesantren Membangun dari Bawah*, (Jakarta: P3M.)
- Sabri Muhammad, 2017. “Analisis Semiotika Logo Restoran Srikandi”, *Jurnal Proporsi*, Vol. 2., No. 2.
- Sitepu Vinsensius, “Panduan Mengenal Desain Grafis”, *E-Book*, www.escaeva.com .
- Sobur Alex. 2019, *Semiotika Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya Offset : Bandung
- Sugiono, 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta,
- Sukanda Ukon Furkon, “Makna Logo PT.Eigerindo Multi Produk Industri (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)”, *Jurnal FSIP UI Syekh Yusuf Tangerang*.
- Wahjoetomo, 1997. *Perguruan Tinggi Pesantren*. (Jakarta: Gema Insani Press)
- Zamakhsyari Dhofier. *Tradisi Pesantren*. (Jakarta: LP3ES).



IAIN PURWOKERTO