

Analisis Semiotika Logo Ja-alHaq Metode Charles Sander Peirce Pada Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Kota Bengkulu

Alen Manggola

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

email: manggolaa@gmail.com

Abstact

This study uses a skinative method with Charles Sanders Peirce's semiotic analysis. The purpose of this study was to analyze and describe the meaning of the signs contained in the Ja-al-Haq logo on the Bengkulu MI-Al-Plus MI. The identity of an institution is a reflection of the vision, mission of an institution that is visualized in the institution's logo. With the right logo. Messages related to the desired identity of the institution can be effectively represented. Based on the results of the study, it can be concluded that the meaning of the sign contained in the form of the Ja-al-Haq logo. The color and typography are in accordance with the vision and mission of the Al-Haq which the logo tries to show. The use of Purple and Magenta and Black in the Ja-haq logo represents the communication of the Ja-ahaq institution to the community in line with the institution's vision and mission. While the ship's symbol is a manifestation of its identity as an institution that becomes transportation, especially in religious sciences.

Keywords: *Semiotics, Charles Sanders Peirce, Logo, Ja-alHaq*

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa dan mendeskripsikan makna dari tanda-tanda yang terdapat di dalam logo Ja-alHaq pada MI Plus Ja-alHaq Bengkulu. Identitas suatu lembaga merupakan cerminan dari visi, misi suatu lembaga yang divisualisasikan dalam logo lembaga. Dengan logo yang tepat. Pesan terkait dengan identitas yang diinginkan lembaga dapat terwakilkan dengan efektif. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemaknaan tanda yang terdapat pada bentuk logo Ja-alHaq. Warna dan Tipografi tersebut sesuai dengan visi dan misi Ja-alHaq yang coba diperlihatkan oleh logo. Penggunaan warna Ungu dan Magenta serta Hitam pada logo Ja-alHaq mewakili komunikasi lembaga Ja-alaHaq pada masyarakat sejalan dengan visi misi Madrasah Ibtidaiyah. Sedangkan simbol Kapal merupakan wujud dari identitasnya sebagai lembaga yang menjadi transportasi menuntut ilmu khususnya ilmu agama.

Kata Kunci: *Semiotika, Charles Sanders Peirce, Logo, Ja-alHaq*

A. Pendahuluan

Manusia merupakan ciptaan Tuhan yang berbahasa, setiap manusia melakukan komunikasi dengan prantara tanda-tanda (simbol) untuk keberlangsungan interaksi dengan sesamanya. Komunikasi yang dilakukan oleh manusia adalah komunikasi dengan cara verbal atau non-verbal. Komunikasi non verbal lewat simbol-simbol biasanya mengandalkan kesadaran yang lebih mendalam guna menjangkau pengertian sehingga bahasa ikut serta didalamnya. Dalam hal ini biasanya bahasa simbolis akan menciptakan suasana yang simbolis juga, dengan maksud mengungkapkan sesuatu mencapai kesamaan dengan tujuan pengertian. Karena suasana tersebut penuh dengan tanda tanya, artinya ada hal-hal yang perlu diungkapkan maksud dan makna yang terkandung didalamnya.

Logo merupakan representasi dari nilai-nilai ideal, yang meliputi aspek: visi dan misi, ruang lingkup kerja, serta budaya perusahaan, dan berperan sebagai wajah suatu lembaga atau perusahaan (Martadi 2002:62-72). Mengacu pada ungkapan Martadi, logo yang baik akan mampu mencerminkan jenis usaha yang dikelola pemilik logo tersebut berdasarkan idiom-idiom grafis yang telah dikenal oleh publik. Saat ini, logo semakin diperlukan orang, bukan saja dalam setiap lembaga maupun produk, tetapi pada setiap karakter diperlukan logo untuk merefleksikan ciri khas dari pengguna logo tersebut.

Peran logo juga dimainkan dalam pengenalan lembaga pendidikan dan karena keunikannya membuat logo mudah dikenal, dari bentuk dan warnanya. Pilihan warna merupakan salah satu bagian vital dari desain, karena akan berpengaruh pada tampilan logo yang dimiliki. Penggunaan warna seringkali menunjukkan suasana emosional, cita rasa, afiliasi politik (Habsari dalam Mulyana, 2010: 37-44).

Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Bengkulu memiliki logo yang juga unik, warna dan bentuknya yang menjadi ciri khas bahwa lembaga pendidikan tersebut dibawah naungan Yayasan Ja-alHaq. Madrasah Ibtidaiyah merupakan lembaga pendidikan dasar berbasis Islam dan umum yang dibawah naungan Yayasan Khotmil Qur'an Ja-alHaq, sering disebut Ja-alHaq. Sebuah yayasan yang mendirikan lembaga pendidikan yang

meliputi Raudlatul Athfal (RA), Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTS), Madrasah Aliyah (MA), dan Pesantren. Madrasah Ibtidaiyah atau yang dikenal dengan singkatan MI saat ini telah banyak berdiri khususnya di Bengkulu bahkan sudah sangat diminati karena keunggulannya dan fasilitasnya bahkan sudah mengalahkan Lembaga Pendidikan Dasar Negeri pada umumnya. Salah satunya adalah MI Plus Ja-alHaq Bengkulu. Selain itu, lembaga ini berada dipusat perkantoran atau lembaga milik negara lainnya membuat posisi yang strategis. Sejauh ini MI Plus Ja-alHaq sudah memiliki identitas atau citra yang sangat baik dalam benak masyarakat dan dikenal serta dipercaya oleh masyarakat itu sendiri sebagai lembaga yang resmi, dan sangat bagus terlihat dari alumnninya yang mampu bersaing di pendidikan selanjutnya.

Elemen-elemen yang terdapat pada logo dinilai memiliki pesan yang sesuai dengan visi, misi, jiwa dan kepribadian suatu lembaga. Ilmu tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya adalah ilmu semiotik. Dalam semiotik segala sesuatu yang diamati atau dibuat dapat teramati, mengacu pada hal yang merujuknya, dan dapat diinterpretasikan, adalah tanda. Dengan menggunakan akal sehatnya, seseorang biasanya menghubungkan sebuah tanda pada rujukan (*reference*) untuk menemukan makna tersebut. Berdasarkan latar belakang permasalahan, penulis mengajukan judul penelitian “*Analisis Semiotika Logo Ja-alHaq pada MI Plus Ja-alHaq Bengkulu*”

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika, mengacu pada Logo Ja-alHaq yang akan dianalisis. Sebab, menggunakan semiotika sebagai metode analisis peneliti akan dapat mengetahui makna tanda dan lambang pada logo Ja-alHaq. Segala yang hadir dalam kehidupan manusia akan dipandang sebagai tanda, yaitu suatu hal yang akan mereka beri makna. Semiotika merupakan ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia (Benny H. Hoed, 2008: 47).

Secara terminologi, semiotik adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Semiotika dapat dipahami baik secara struktural

maupun pragmatik. Maka, dalam hal ini para pragmatis merujuk pada Charles Sander Peirce, yang merupakan salah seorang ahli semiotika. Peirce mengungkapkan teorinya yaitu teori segitiga makna (*triangle meaning*). Dalam teorinya itu Peirce mengatakan bahwa salah satu bentuk tanda adalah “kata”. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk oleh tanda. Kemudian interpretan merupakan suatu tanda yang ada pada benak seseorang tentang bagaimana objek yang dirujuk sebuah tanda. Penjelasan teori segitiga makna tersebut mengantarkan pada kita bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan atau dipakai oleh seseorang pada waktu ia berkomunikasi (Alex Sobur, 2009: 12).

C. Pembahasan

Untuk menganalisa lebih jauh logo Ja-alHaq penulis akan mencoba menganalisa tampilan logo dari *pragmatisme* Charles Sanders Peirce. Menurut Charles Sanders Peirce jika kita ingin mengetahui makna yang ada dibalik tanda, maka ada baiknya kita melihat dari sisi *objek*, *ground* dan *interpretan*.

Sebelum membahas lebih mendalam penulis ingin memberikan sebuah ringkasan yang padat yang bisa mengkategorikan pendapat Peirce, kalau kita melihat objek, maka kita membicarakan sasaran yang menjadi bahan pembicaraan yaitu logo Ja-alHaq dengan kata lain objek sebagai penanda dari “sesuatu”. Lalu *ground*, yang merupakan tanda yang menandakan “sesuatu” beda dengan yang lainnya baik itu bentuk logo, tipografi dan warna yang menjadi bentuk keseluruhan dari objek tersebut. Sedangkan interpretan adalah hasil dari kumpulan persepsi yang diterima manusia dalam menilai objek, dengan melihat *ground*-nya atau (tandanya). Untuk lebih jelasnya peneliti akan memaparkan beberapa kerangka teori yang terkait langsung dengan pembahasan dalam upaya mengupas satu persatu dari bagian-bagian terpenting sejalan dengan paparan dari teori Peirce.

C.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual

dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta *layout* (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. Desain komunikasi visual dapat diartikan sebagai sarana komunikasi, yang mana informasi tersebut disampaikan oleh desainer melalui hasil karyanya (Anggraini & Nathalia, 2013:15).

Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedang bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya (Supriyono, 2010: 27).

Menurut Tinarbuko, Semiotika Komunikasi Visual adalah sebuah upaya memberikan sebuah interpretasi terhadap keilmuan semiotika itu sendiri, yaitu semiotika sebagai sebuah metode pembacaan karya komunikasi visual. Di dalam sistem semiotika komunikasi visual melekat fungsi 'komunikasi', yaitu fungsi tanda dalam menyampaikan pesan dari sebuah pengirim pesan kepada para penerima tanda berdasarkan aturan atau kodekode tertentu. Fungsi komunikasi mengharuskan ada relasi antara pengirim dan penerima pesan, yang dimediasi oleh media tertentu. (Tinarbuko, 2000:10)

Kemudian, Sutanto juga menjelaskan bahwa desain komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diserap oleh orang banyak dengan pikiran atau perasaannya (T. Sutanto, 2005:15-16). Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa rupa yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target *audience* sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Bahasa rupa yang digunakan berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar, tipografi/huruf, dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasarkan dengan ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan. (Tinarbuko, 1998:66).

Komunikasi yang dimainkan adalah komunikasi yang bersifat mempermanis citra diri supaya tetap baik.

Desain komunikasi visual merupakan hal yang mendasar untuk memahami logo sebagai objek analisa pada penelitian ini. Desain komunikasi visual juga memberi pemahaman bagaimana memandang sesuatu yang menarik untuk bisa dijelaskan secara sistematis supaya pesan yang terkandung dapat dipahami.

C.2 Logo dalam Komunikasi Visual

Logo merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara, dan hal-hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal-hal lainnya yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya (Caniago, 2012:3).

Sejalan dengan definisi dari logo, yang mana asal kata logo berasal dari bahasa Yunani *logos*, yang memiliki arti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Awalnya yang lebih populer adalah istilah *logotype*, bukan logo. Dalam hal ini logo yang dimaksud bisa menggunakan elmen apa saja seperti, tulisan, gambar, logogram ilustrasi, dan lainnya (Rustam, 2009:12).

Sebagai bahasa penanda, biasanya logo ditampilkan berupa simbol yang mencerminkan citra tertentu yang sengaja dibangun oleh suatu perusahaan atau lembaga. Sebagaimana ungkapan Roy Paul Nelson (1977) dalam Martadi, "Makin simbolis suatu logo, makin berhasil (sebagai logo)". Pernyataan ini didasari oleh prinsip bahwa tampilan logo seyogyanya sarat pula dengan kandungan falsafah atau pandangan hidup pemiliknya (Martadi, 2002:62-72).

Logo dalam perencanaan *corporate identity* desain bagaikan tubuh yang mampu mengkomunikasikan isi hati/citra/image produk atau perusahaan yang bersangkutan. Logo sebagai salah satu aplikasi dari *corporate identity* dapat juga berfungsi sebagai pembeda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya. Sebagai suatu karya seni rupa, sebuah logo tidak lepas dari elemen-elemen seni rupa dasar yang membentuknya. Sejalan dengan ungkapan Adams (seperti dikutip Ramanda, 2011) menjelaskan bahwa elemen-elemen visual tersebut terbagi menjadi empat diantaranya, garis, bentuk, warna, dan tipografi.

C.3 Warna dalam Komunikasi Visual

Warna memiliki sifat yang subyektif, sebab warna memiliki hubungan yang sangat erat dengan setiap individu yang melihatnya. Demikian juga warna yang ada pada logo, warna merupakan elemen yang sangat penting dalam peranannya sebagai media pengingat. Selain itu, warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk meraih kepekaan pengelihatannya sehingga mampu menstimuli perasaan, perhatian, dan minat seseorang (Kusrianto, 2007:46).

Zuhriah dalam artikel mata kuliah semiotikanya menjelaskan bahwa *Proses semiosis* merupakan suatu proses pemaknaan tanda yang bermula dari persepsi atas dasar, kemudian dasar merujuk pada objek, akhirnya terjadi proses interpretasi. Sebagaimana objek-objek yang lain, warna memiliki banyak fungsi. Warna juga tidak hanya digunakan orang untuk mendesain sesuatu agar tampil menarik secara visual, namun warna dapat dikaitkan dengan ciri atau karakter dari seseorang. Warna juga dapat menjadi tanda yang memiliki makna yang sama ataupun berbeda bagi masyarakat yang menggunakannya (Zuhriah, 2018:7). Warna salah satu kajian yang penting dan perlunya analisa apa makna sebenarnya dari warna yang digunakan pada logo Ja-alHaq.

C.4 Tipografi

Menurut Danton Sihombing (seperti dikutip Perdana, 2007) Tipografi adalah “bidang ilmu yang mempelajari seluk-beluk mengenai huruf, yang mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai fungsi estetis dan fungsi komunikasi, sebagai fungsi estetis, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat.” Dalam penelitian ini tentu Logo terkait langsung dengan tipografi, karena terlihat jelas ada tulisan teksnya bertuliskan “*Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq*” yang perlu dianalisa sejalan dengan teori yang kembangkan.

C.5 Semiotika dalam Komunikasi Visual

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda (Barthes dalam Sobur, 2013:15). Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri (Piliang, 1998:262).

Semiotika Komunikasi Visual merupakan sebuah upaya memberikan sebuah interpretasi terhadap keilmuan semiotika itu sendiri, yaitu semiotika sebagai sebuah metode pembacaan karya komunikasi visual. (Tinarbuko, 2008:xi). Semiotika visual (*visual semiotics*) pada dasarnya merupakan salah sebuah bidang studi semiotika yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra lihatan (*visual senses*) (Budiman, 2011:9).

Metode semiotika dicirikan oleh adanya dua prosedur penelitian utama yaitu, penelitian sejarah dan interpretasi. Dalam penelitian sejarah, pertama-tama sistem makna harus ditinjau secara historis. Alasannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang benar tentang makna sesuatu, maka perlu diketahui bagaimana hal itu muncul. Kemudian interpretasi, kaitannya dengan penelitian semiotika adalah mengacu pada tujuan penelitian semiotika itu sendiri, yaitu untuk menjelaskan makna hubungan $X = Y$. X adalah sesuatu yang ada secara material. Itu bisa berupa kata, novel, acara televisi, atau artefak manusia lainnya. Y adalah makna artefak ini dalam semua dimensinya (pribadi, sosial, historis). Termasuk di dalam upaya penggambaran semua makna yang terdapat dalam Y adalah seluruh dan substansi dari metode-metode smiotika. Maka, langkah ini pada umumnya disebut sebagai “interpretasi” (Danesi, 2010:ix).

C.6 Visualisasi Logo Ja-alHaq Bengkulu

Logo Ja-alHaq mencerminkan suatu identitas lembaga pendidikan yang berbasis pesantren yang dibawah naungan sebuah yayasan khotmil Qur'an. Ja-alHaq menempatkan diri sebagai lembaga pendidikan yang meliputi; RA, MI, MTS, MA dan Pesantren yang berlokasi di kota Bengkulu. Berikut gambar logo Ja-alHaq Bengkulu:

Tabel 1. Visualisasi Logo Ja-alHaq

visual logo	Tanda	objek	Interpretan
	Perahu	gambar mirip perahu	Proses mencari Ilmu di lautan Pengetahuan

Gambar meliputi sebuah perahu yang merupakan objek dan tanda yang mencerminkan sebuah ketangguhan manusia yang akan mengendarainya, mengarungi lautan pengetahuan selama masa belajar, untuk bekal menjalani kehidupan yang selalu berada di jalan kebenaran setelah selesai menuntut ilmu dilembaga tersebut.

C.7 Tanda Visual Warna Logo Ja-alHaq Bengkulu

Warna merupakan salah satu simbol dari lembaga pendidikan yang dibawah naungan yayasan khotmil qur'an Bengkulu yang memiliki makna tersendiri sesuai dengan visi dan misi lembaga.

Warna Magenta diartikan sebuah kelembutan. Dalam hal ini, kelembutan mencerminkan kewanitaan, para pengajar mendidik dengan penuh kelembutan bagai seorang ibu kepada anaknya, sekalipun pengajar adalah laki-laki. Sedangkan warna Hitam diartikan sebagai kekuatan (<http://basuki.lecturer.pens.ac.id/lecture/MaknaWarnaDalamDesain.pdf>, diakses tgl 12 April 2019). Dalam hal ini, warna hitam adalah kekuatan yang membimbing, hal tersebut tertuang pada tulisan yaitu Ja-alHaq yang artinya jalan kebenaran. Hal ini ditanamkan pada semua murid/santri menjadikan kebenaran sebagai kekuatan. Untuk warna Ungu diartikan sebagai kebijaksanaan. Dalam hal ini, kebijaksanaan adalah sifat yang ditanamkan kepada para murid ataupun santri sehingga mereka selalu berkarakter berani mengatakan tidak ketika itu salah. Sehingga peneliti menyimpulkan makna ketiga warna yang terdapat pada logo Ja-alHaq merupakan usaha pembentukan karakter dengan melalui pendidikan yang menjalankan dalam penerapan sifat penuh kasih sayang supaya tercapainya visi misi lembaga, sebagai lembaga pendidikan formal berbasis Islam di Bengkulu.

C.8 Analisis Segitiga Makna Logo Ja-alHaq

Analisis yang dihasilkan lewat logo akan lebih efektif untuk mengetahui apa makna dan pesan apa yang terkandung pada logo tersebut. Berikut teori mengulas makna yang tersirat pada logo Ja-alHaq Bengkulu. Secara visual logo memiliki bentuk kapal, dimana kapal yang dikendarai oleh nahkoda memiliki bentuk abstrak dan terlihat jelas tirai kapal, kombinasi juga dapat dilihat antara keduanya juga membentuk lafaz Allah, dan keseimbangan bentuk . Sejalan dengan misi lembaga saat ini,

yaitu melahirkan lulusan dengan standar tuntunan sistem pendidikan nasional, sekaligus mampu menjawab harapan masyarakat dalam bidang keagamaan. Menyeimbangkan antara dunia dan akhirat dan memiliki daya saing yang siap bersaing setelah selesai menuntut ilmu.

Kemudian warna logo pada simbol kapal memiliki dua warna yaitu ungu dan magenta, didalam kata Madrasah Ibtidaiyah Plus menggunakan warna hitam dan didalam kata Ja-alHaq memiliki satu warna yakni hitam. Jenis tipografi termasuk dalam jenis Sans Serif sedangkan jenis hurufnya adalah Bodoni MT Black yang bermakna lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern (<https://www.dumetschool.com/blog/Psikologi-Berbagai-Jenis-Font-Dalam-Bidang-Desain-Grafis> diakses tgl 12 April 2019). Makna warna menggabungkan antara kebijaksanaan dan kekuatan yang dasyat terlahir dari sebuah kelembutan. Tekstur tulisan mencerminkan kemodernan yang memberi makna bahwa semua ilmu yang diperoleh dapat beradaptasi di era modern sekalipun.

Analisis pertama, penalaran dengan jenis petandanya meliputi; *Qualisign*, logo Ja-alHaq dilihat dari berbentuk nakoda mengendarai kapal memiliki 2 warna yaitu ungu dan magenta. Warna ungu pada bentuk kapal diartikan dalam psikologis warna yaitu keakraban dan rasa aman. Warna Magenta diartikan. Warna magenta memiliki makna keseimbangan baik itu keseimbangan dalam aspek fisik, mental, spiritual ataupun emosional (<https://salamadian.com/arti-warna/> di akses tgl. 12 April 2019). Selain itu warna magenta memiliki filosofi perubahan atau transformasi. Perubahan dari rasa ketidakbahagiaan, frustrasi dan marah menjadi kearah yang lebih baik. Kata ja-alhaq memiliki satu warna yaitu hitam. Warna hitam dalam tipografi Ja-alHaq diartikan dalam psikologis warna yaitu kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan. Kata Ja-alHaq Termasuk jenis Sans serif dan jenis font nya adalah Bodoni MT Black. Analisa kedua adalah hubungan kenyataan dengan jenis dasarnya yaitu *Indeks*, Warna ungu dan magenta dari logo Ja-alHaq diartikan sebagai suatu sikap yang bijaksana dalam segala hal yang memberi keseimbangan dalam spiritual yang berkaitan dengan kehidupan. Analisa ketiga, adalah hubungan pikiran dengan jenis petandanya yaitu *Argument*, Logo Ja-alHaq mencerminkan suatu identitas lembaga pendidikan yang berbasis pesantren walaupun sebagian bukan pesantren,

seperti Madrasah Ibtidaiyah Plus Ja-alHaq Bengkulu. Lembaga menempatkan dirinya sebagai lembaga sekolah formal di Bengkulu yang menggerakkan semangat para orangtua wali memasukan anaknya menuntut ilmu di ja-alHaq.

D. Penutup

Secara garis besar, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mendeskripsikan makna dari tanda- tanda yang terdapat di dalam logo Ja-alHaq pada MI Plus Ja-alHaq Bengkulu. Tanda-tanda tersebut dianalisa dan dimaknai menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, tanda yang terdapat pada bentuk logo Ja-alHaq, Warna dan Tipografi tersebut sesuai dengan visi dan misi Ja-alHaq dan Madrasah Ibtidaiyah yang coba diperlihatkan oleh logo. Sehingga berdasarkan hasil kecocokan antara teori dengan logo melalui makna ketiga warna yang terdapat pada logo Ja-alHaq adalah suatu usaha pembentukan karakter dengan mendidik penuh kasih sayang supaya tercapainya visi dan misi Ja-alHaq, sebagai lembaga pendidikan formal. Dari tanda-tanda yang diperlihatkan dalam logo tersebut dapat dikatakan bahwa Ja-alHaq sedang melakukan sebuah pembuktian dari visi misi dari Madrasah Ibtidaiyah Ja-alHaq Bengkulu, yaitu sebagai lembaga yang berkomitmen untuk berupaya membimbing para murid/santrinya bertujuan mengurangi kebodohan terhadap ilmu, khususnya ilmu agama.

Daftar Pustaka

- Anggraini, L., Nathalia, K. 2013. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual Konsep Isu dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Caniago, Ferri. (2012). *Cara Mutakhir Jago Desain Logo*. Jakarta: Niaga Swadaya.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalansutra.

- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Martadi. (2002). Reposisi citra melalui logo. *Jurnal Nirmana*, 4(1), 62-72.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Ramanda, Akhmad. 2011. *Tinjauan Makna Visual Logo Bank BJB. Jurusan Desain Komunikasi Visual, fakultas Desain*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sobur, Alex. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Supriono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Sutanto, T. 2005. *Sekitar Dunia Desain Grafis/Komunikasi Visual*. Pura-pura Jurnal DKV ITB Bandung.2/Juli.15-16.
- Tinarbuko, Sumbo. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tinarbuko Sumbo. (2016). *Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat. Jurnal Panggung*, 26 (2), 181.
- “Makna Warna dalam Desain”, dalam <http://basuki.lecturer.pens.ac.id/lecture/MaknaWarnaDalamDesain.pdf>, diakses tgl. 12 April 2019.
- “Psikologi Berbagai Jenis Font dalam bidang Desain Grafis” <https://www.dumetschool.com/blog/Psikologi-Berbagai-Jenis-Font-Dalam-Bidang-Desain-Grafis> diakses tgl 12 April 2019.

