

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai macam cagar budaya yang dimiliki bangsa Indonesia tidak hanya menjadi kekayaan berupa peninggalan situs purbakala, namun juga memiliki potensi yang menarik para wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri. Sayangnya tidak semua peninggalan berupa situs purbakala di Indonesia dikenal oleh khalayak luas, Salah satunya adalah peninggalan situs purbakala kerajaan Majapahit di Trowulan, Mojokerto.

Kerajaan Majapahit memiliki lambang “*Surya Majapahit*” yang sering kali di temukan di berbagai peninggalan bangunan pada masa Majapahit yang di temukan di Trowulan, Mojokerto, Jawa Timur. Lambang ini membentuk seperti matahari yang mempunyai 8 sudut dengan bagian lingkaran di tengah menampilkan dewa-dewa hindu.

Logo adalah tanda, lambang, ataupun simbol yang mengandung makna dan digunakan sebagai identitas sebuah organisasi, perusahaan atau individu agar mudah diingat oleh orang lain. Logo juga dapat memberi gambaran ciri ataupun identitas perusahaan, sehingga logo bisa dikatakan sebuah lambang ataupun ciri untuk memudahkan pengenalan sebuah perusahaan dan juga corporate identity atau identitas perusahaan yang mewakili citra perusahaan. Logo juga merupakan penyederhanaan dari suatu realitas yang kompleks sehingga dapat dikontrol, dimodifikasi, dan dibangun sesuai dengan perkembangan zaman (Murphy; Rowe, 2007).

Globalisasi menciptakan pesatnya pembangunan perusahaan, organisasi maupun lembaga baru. Dengan banyaknya perusahaan, organisasi maupun lembaga tersebut tentunya setiap lembaga harus memiliki pembeda identitas antara satu dengan yang lainnya. Maka dari itu sangat diperlukan perancangan dari setiap

identitas dengan tujuan khalayak dapat mengetahui dan mengenali suatu perusahaan, organisasi maupun lembaga-lembaga tersebut dengan mudah terutama dalam bentuk karakter desain logonya.

Identitas perusahaan adalah sekumpulan karakteristik suatu perusahaan yang menggambarkan jati diri perusahaan tersebut (Afdhal, 2004). Identitas perusahaan diakui sebagai faktor penting bagi perusahaan itu sendiri. Identitas perusahaan meliputi semua aspek fisik dari perusahaan yang dapat memperlihatkan citra perusahaan tersebut. Pembentukan identitas perusahaan agar dapat dikenal oleh masyarakat luas tak bisa dilepaskan dari logo.

Sebagai bagian dari identitas perusahaan, logo ibarat bagian tubuh yang mampu mempresentasikan citra perusahaan. Meski terlihat sederhana namun logo sangat berperan penting karena logo harus dapat merepresentasikan citra perusahaan, organisasi, individu tersebut. Logo menjadi konsep nyata yang bisa dilihat sebagai gambaran visual sebuah perusahaan yang mudah dikenali oleh konsumen (Yuliastanti, 2008). Selain itu juga logo dapat membantu sebuah perusahaan sebagai media promosi. Maka tidak heran jika dalam rancangannya, logo dibuat sedemikian rupa dengan harapan citra positif.

Secara umum gaya desain atau gaya seni adalah suatu cara ekspresi atau sikap estetik yang khas dan unik pada suatu karya seni yang muncul karena teknik penciptaan, konsep visual, atau estetikanya. Gaya desain bisa memberi petunjuk mengenai suatu masa atau periode tertentu, suatu tempat atau negara tertentu, atau suatu aliran pemikiran atau mashab tertentu. (Sunarto; Wagiono, 2013).

Saat ini, keilmuan desain komunikasi visual telah mengalami penyesuaian seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berevolusi. Ciri khas desain komunikasi visual yang menjadi sebuah perangkat komunikasi di zaman modern ini adalah penataan letak (layout) kata-kata dan gambar pada selembarnya, halaman, sebuah layar, atau pada benda-benda di lingkungan sekitar manusia. Dalam berbagai komposisi, sebuah karya desain komunikasi visual dapat diibaratkan sebagai sebuah dongeng yang modern dan mencoba untuk menceritakan tentang

keadaan dunia. (Richards, Jones, & Moore, 2011)

Dalam semiotika (ilmu yang mempelajari tanda-tanda, simbol-simbol dan penggunaannya atau interpretasi), komunikasi manusia dibahas berupa tanda-tanda dan penanda. Tanda dapat berupa kata-kata, gambar, rasa, atau bahkan bau. Hal-hal yang tidak memiliki arti intrinsik sampai kita terlibat di dalamnya. Kita mempersepsikan, memahami dan bernegosiasi dengan dunia di sekitar kita dengan terlibat dalam segala macam tanda dan symbol.

Hal ini juga dilakukan dalam dunia desain hingga saat ini, desain dari sebuah logo menciptakan banyak sekali pemaknaan atas logo tersebut, setiap desain logo memiliki karakteristik yang berbeda dan sengaja dibentuk untuk mewakili entitas dari sebuah perusahaan. Lambang “Surya Majapahit” dapat merepresentasikan entitas Kerajaan Majapahit karena di dalam logo tersebut terdapat banyak elemen dan filosofi di dalamnya.

Agar ide atau pesan pada sebuah karya desain dapat dikomunikasikan secara efektif, penataan unsur-unsur visual harus mampu bekerja sama dalam sebuah komposisi sehingga dapat saling melengkapi. Dalam penelitian ini, ide atau pesan yang dimaksud adalah desain logo yang kemudian ditelaah dengan menggunakan metode pendekatan ikonografi. Ikonografi merupakan kajian yang memperhatikan konfigurasi dari gambar pada suatu karya untuk mengetahui makna yang tersembunyi.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian mengenai “*“Ikonografi pada Entitas Logo “Surya Majapahit”*”, Hal ini ditinjau berkaitan dengan faktor-faktor yang terjadi di dalam maupun dari luar Kerajaan Majapahit.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka perumusan masalah ini adalah:

1. Bagaimana aspek ikonografi dalam logo “Surya Majapahit”?
2. Bagaimana *Spatial Order* dari sebuah logo “Surya Majapahit”?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui aspek ikonografi apa saja yang terdapat dalam logo “Surya Majapahit”.
- b) Untuk mengetahui apa saja unsur *Spatial Order* dari sebuah logo “Surya Majapahit”.

1.4 Manfaat

1.4.1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber referensi pengertian dan pemahaman tentang teori *ikonografi* dan Semiotika dari sebuah desain logo, sehingga dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Analisis logo.

1.4.2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi guna mengenalkan bahwa desain logo mempunyai banyak unsur di dalamnya.