

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Logo merupakan simbol bermakna khusus yang berfungsi untuk merepresentasikan identitas bagi suatu daerah. Logo memiliki peran sebagai media komunikasi yang ringkas, serta penting dalam mewakili keberadaan dan ciri khas suatu daerah. Akan tetapi, masyarakat awam kesulitan memahami makna logo kabupaten, karena desainnya yang kompleks dan kaya akan perlambangan (Malik *et al.*, 2021). Desain logo kabupaten yang cenderung terlalu padat, dapat menyebabkan kurangnya daya komunikasi yang efektif. Menurut (Barthes, 1964), masalah saat memahami tanda seperti logo akan terjadi ketika sebuah simbol memiliki makna yang berlapis dan terlalu dalam. Sehingga makna yang sesungguhnya menjadi terkikis dan menimbulkan asumsi yang ambigu dikalangan khalayak umum. Maka dari itu, upaya penelitian serta analisis yang mendalam terhadap sebuah logo diperlukan, untuk mengeksplorasi dan mengungkap nilai-nilai yang ada di logo Kabupaten.

Dampak dari beberapa tantangan yang ada, maka diperlukan upaya yang matang, karena kegagalan interpretasi logo tidak hanya mengancam fungsi komunikatif, akan tetapi juga dapat menghambat upaya branding yang dilakukan. Lebih buruknya, dapat mengurangi rasa kepemilikan masyarakat terhadap sebuah identitas daerahnya (Malik *et al.*, 2021). Fenomena kesulitan pemahaman logo ini tampak jelas dalam studi kasus di berbagai daerah, sebagaimana masyarakat hanya mengenali logo sebagai sebuah simbol saja tanpa memahami maknanya secara mendalam (Johari, 2016). (Syahputra, 2021), mengemukakan meskipun sebuah

logo kabupaten memiliki makna filosofis yang mendalam berkaitan dengan nilai-nilai kehidupan masyarakat, akan tetapi makna tersebut sering kali hanya ditemukan setelah dilakukan analisis semiotik mendalam, tidak langsung dipahami oleh publik. Hal ini menandakan adanya pemudaran pemahaman identitas dan sejarah yang terkandung pada logo. Oleh karena itu, demi mencegah kegagalan komunikasi yang meluas, perlu dilakukan sebuah kajian bahasa yang menganalisis secara detail tentang perlambangan. Upaya kajian semiotika menjadi penting, yang berfungsi sebagai kunci untuk mengupas tuntas sebuah logo daerah (Kasmana, 2010).

Sebuah lambang dinilai mampu untuk mengomunikasikan maksud dan tujuan secara visual apabila dilihat dari kemampuannya. Logo bertindak sebagai tanda pengenal yang memudahkan khalayak umum atau masyarakat untuk mengenali, mengingat, dan membedakan suatu daerah dalam beragam situasi komunikasi (Utari & Fitriani, 2025). Selain itu, logo memiliki fungsi komunikatif yang dapat menyampaikan pesan kepada masyarakat luas melalui bahasa visual yang dapat ditafsirkan secara simbolis. Pesan yang disampaikan bisa beragam, seperti nilai spiritual, modernitas, kebudayaan, atau nasionalisme, yang sangat bergantung pada konteks dan sasaran komunikasi (Liana et al., 2025).

Kabupaten atau daerah memiliki lambang yang bukan hanya sebagai dekorasi visual, akan tetapi bentuk perwujudan simbolis yang memuat filosofi, warisan sejarah, dan bisa menjadi identitas publik. Jika masyarakat tidak mengerti makna terperinci dari setiap unsur logo mulai dari bentuk, warna, hingga lambang spesifik, maka peran logo sebagai media komunikasi daerah akan melemah (Malik et al., 2021). Dampaknya, nilai-nilai lokal berisiko terkikis, rasa kepemilikan

terhadap daerah bisa menurun, dan pewarisan nilai kultural yang tersirat dalam simbol tersebut gagal disampaikan. Logo berfungsi sebagai panduan penting bagi pemerintah dalam mewujudkan tujuan bersama, menjadikannya sarana komunikasi yang efektif untuk membentuk persepsi publik, sebagaimana terbukti pada logo-logo kabupaten di Jawa Timur yang telah mapan. Meskipun logo secara umum berhasil dikenali sebagai identitas daerah, masyarakat luas sering kali belum sepenuhnya memahami makna mendalam atau pesan tersembunyi di balik setiap Komponen visual dalam logo tersebut (Utari & Fitriani, 2025).

Masyarakat awam terutama pada masyarakat modern yakni, kaum milenial dan gen z yang kesulitan memahami lambang kabupaten daerah karena desainnya yang kompleks dan berbasis pada sistem perlambangan yang tersembunyi, terikat pada kode historis dan angka seperti 17 dan 8, bukan pada komunikasi visual yang dapat dilihat secara langsung oleh panca indra dalam maknanya (Johari, 2016). Lambang resmi yang dimuat dalam peraturan daerah ini berfungsi sebagai panji kebesaran dan sarana ideologis yang memuat kearifan lokal, sejarah, serta nilai sakral, namun fokus sosialisasi pemerintah yang lebih mengarah pada internalisasi nilai bagi aparat daripada pemahaman publik menyebabkan maknanya memudar seiring waktu. Sifat sakral dan keharusan mempertahankan keaslian historis menciptakan dilema mendasar, simbol tersebut cenderung dipertahankan dalam bentuk kode yang hanya dipahami oleh kalangan terbatas seperti pemerintahan, menghambat penyebaran makna secara luas kepada masyarakat dan publik (Arief, 2022).

Representasi identitas menjadi penting untuk standar pembuatan logo. Karena tentunya logo dibuat dengan tujuan dan makna yang tersirat (Oscario, 2013).

Representasi merupakan sebuah aksi proaktif dalam menampakkan dan menyampaikan berbagai aspek identitas seperti kedudukan sosial, keyakinan, dan nilai-nilai di ruang publik. Penting untuk dipahami bahwa identitas bukanlah sifat alamiah, melainkan terbentuk melalui interaksi sosial dan selalu mengalami negosiasi. Untuk mencapai pengakuan dan makna, proses ini memerlukan pemanfaatan berbagai simbol termasuk bahasa, tindakan, gaya hidup, dan sarana komunikasi guna membentuk persepsi diri yang diinginkan. Secara esensial, fungsi representasi adalah sebagai media pemvisualisasian eksistensi individu agar dapat diinterpretasikan secara jelas dalam tatanan sosial dan budaya (Rafdeadi, 2015).

Hakikatnya, sebuah logo bukan hanya sekadar sebagai lambang semata. Akan tetapi, setiap logo pasti memiliki makna tersirat yang ingin disampaikan (Utari & Fitriani, 2025). Maka dari itu, penelitian ini ingin mengkaji logo agar menjadi suatu media untuk merepresentasikan nilai-nilai yang terkandung dalam suatu logo daerah. Upaya memperkenalkan dan merepresentasikan sebuah daerah sebenarnya ada pada logonya. Logo bisa dianggap sebagai tanda visual suatu wilayah. Fungsi utamanya sederhana, logo harus mampu mewakili semua cerita dan keistimewaan daerah itu dalam bentuk simbol tunggal. Prosesnya dilakukan dengan cara mengambil sari pati dari ciri khas lokal, seperti unsur-unsur budaya, peninggalan sejarah, atau keunikan alamnya. Setiap komponen desain, mulai dari pilihan warna hingga bentuk garis, tidak dibuat sembarangan, melainkan dipikirkan secara matang agar bisa membawa pesan dan filosofi yang kuat mengenai identitas sejati daerah tersebut. Terkait hal ini, logo menjadi cara paling efisien bagi suatu daerah untuk menampilkan diri ke publik luar, memastikan masyarakat langsung mengetahui daerah itu dan meninggalkan kesan yang baik (Satria, 2021).

Logo sangat menarik untuk dijadikan objek penelitian bagi peneliti saat ini, karena logo memiliki fungsi sebagai media visual yang sangat efisien dalam menyampaikan pesan. Logo bertindak sebagai penghubung penting antara jati diri suatu organisasi atau wilayah dengan pandangan masyarakat (W. Aryani, 2020). Kekuatan terbesarnya adalah kemampuannya meringkas kisah, prinsip, dan nilai-nilai yang rumit menjadi satu lambang sederhana. Karena sifatnya sebagai tanda, logo sangat cocok ditelaah dan dianalisis menggunakan pendekatan semiotika untuk membongkar makna tersembunyi di balik setiap pilihan warna, bentuk, dan goresan desainnya. Sebagai citra utama yang dilihat publik baik itu identitas dagang maupun lambang daerah, meneliti logo memberikan kita pemahaman mendalam tentang bagaimana sebuah identitas dibentuk, diposisikan, dan dikendalikan dalam strategi branding. Lebih dari itu, logo terbukti memberikan pengaruh besar pada pikiran dan perasaan khalayak dalam mempercepat pengenalan dan memicu reaksi emosional, sehingga menjadikannya kajian yang penting dan krusial dalam memahami komunikasi strategis pada zaman sekarang (Anwar *et al.*, 2018).

Di era digital, peran logo penting dalam pembentukan citra merek (*brand image*) dan memperkuat kredibilitas publik. Oleh sebab itu, perancangan logo haruslah merupakan proses strategis yang didasarkan pada pertimbangan semiotika (ilmu tentang tanda) agar dapat berfungsi optimal sebagai sarana komunikasi visual. Pada penelitian ini, logo merupakan suatu hal yang digunakan sebagai media untuk merepresentasikan suatu makna yang bisa dikaji menggunakan pendekatan semiotika (Arifin, 2022). Semiotika merupakan suatu ilmu yang berfokus pada analisis tanda-tanda pada suatu objek untuk mengungkap makna di baliknya. Keberadaan semiotika didasari oleh dua unsur esensial: penanda (*signifier*) dan

petanda (signified). Sebuah tanda berfungsi menambah komponen baru pada objek yang sudah ada, melalui unsur-unsur yang membawa makna tambahan. Dengan demikian, apapun yang menghasilkan sebuah tanda akan memunculkan pemahaman yang berbeda. Menurut Saussure, hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer, baik karena kebetulan maupun karena kesengajaan. Ada tiga komponen fundamental dalam semiotika yang membentuk makna: tanda itu sendiri, rujukan tanda, dan pengguna tanda (Sampoerno & Saadah, 2023).

Model semiotika Pierce memfokuskan kepada hubungan antara tanda- tanda dalam logo. Memfokuskan pada hubungan antara ikon, hubungan tanda yang dilihat dari adanya sebab akibat antar unsur sebagai sumber acuan yang disebut sebagai indeks, dan hubungan tanda yang dilihat berdasarkan konvensi antar sumber yang dijadikan sebagai bahan acuan yang disebut dengan simbol (W. Aryani, 2020). Sedangkan semiotika sendiri merupakan ilmu yang mempelajari tanda. Tanda adalah sesuatu yang berarti bagi seorang atau suatu golongan didalam sebuah golongan. Didalam suatu logo pasti memiliki variabel-variabel yang berarti, dengan menggunakan teori semiotika Pierce maka variabel-variabel tersebut dapat digali dan dianalisis secara mendalam dengan detail (Situmeang *et al.*, 2025).

Makna-makna tersembunyi dalam logo, dapat diungkapkan dan dianalisis melalui pendekatan semiotika, khususnya teori Charles Sanders Peirce. Kerangka berpikir Peirce yang memecah tanda menjadi tiga jenis: Ikon (gambar yang menyerupai aslinya), Indeks (tanda yang menunjukkan hubungan logis atau sebab-akibat), dan Simbol (makna yang disepakati bersama secara budaya). Melalui pemilahan ini, penelitian dapat mengupas tuntas setiap bagian visual pada lima logo

tersebut secara efektif membentuk dan menyampaikan jati diri kabupaten ataupun daerah tersebut (Liana *et al.*, 2025).

Menurut (Liana *et al.*, 2025) logo bisa bertindak sebagai representasi visual yang memadatkan seluruh identitas lokal mulai dari aspek budaya, sejarah, hingga potensi ekonomi dan geografis. Maka dari itu, penelitian spesifik terhadap mekanisme pemaknaan triadik Charles Sanders Peirce dalam logo-logo menjadi penting untuk dilakukan. Seperti pada penelitian serupa yakni oleh (Udilawaty & Hasan, 2022), yang mengupas semiotika pada logo daerah bukan hanya sebagai identitas visual namun sebagai jembatan politik pemerintahan. Penggunaan teori yang serupa pada penelitian ini digunakan untuk mengungkap sebagaimana Komponen ikon, indeks, dan simbol secara kolektif mengonstruksi identitas masyarakat Jawa Timur yang selama ini hanya dianggap sebagai identitas administratif, namun sebenarnya memiliki muatan filosofis yang mendalam.

Pada penelitian kali ini, peneliti tertarik untuk menganalisis logo dari beberapa kabupaten di Jawa Timur, konteks yang dibahas dalam penelitian kali ini yaitu logo kabupaten Gerbangkertosusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan), ke-enam kabupaten ini merupakan kota metropolitan kedua setelah Jabodetabek. Menurut (Santoso, 2010), Gerbangkertosusila secara geografis berada di wilayah dataran rendah yang satu aliran sungai yaitu sungai brantas dan jalur pantura. Kesamaan geografis dan dominasi ekonomi di wilayah Gerbangkertosusila menciptakan pola identitas visual yang serupa, seperti penggunaan simbol padi, kapas, dan air sebagai lambang kemakmuran. Dengan demikian, ke-enam kabupaten menjadi relevan untuk di teliti secara mendalam

terkait logo kabupaten karena ke-enam logo ini memiliki kesamaan secara geografis dan ekonomi.

Beberapa penelitian terdahulu telah menggali makna logo secara mendalam menggunakan semiotika Peirce. Pertama, penelitian oleh (Situmeang *et al.*, 2025) yang berjudul "Analisis Semiotika pada Simbol Telegram Menurut Teori Charles Sanders Pierce", yang kedua oleh (Hermawan, 2021) berjudul "Analisis Semiotik Makna Simbol Logo di Kabupaten Labuhanbatu Utara: Suatu Kajian Semiotik terhadap Simbol Logo di Kabupaten Labuhanbatu Utara", dan ketiga oleh (Liana *et al.*, 2025) yang berjudul "Analisis Semiotika Logo UIN Sumatera Utara: Pendekatan Tanda dan Makna Menurut Teori Charles Sanders Peirce". Penelitian terdahulu di atas menjadi relevan karena memiliki kesamaan menganalisis Semiotika Charles Sanders Peirce secara mendalam. Akan tetapi tetap memiliki gap penelitian yang terdapat pada objek penelitiannya. Penelitian terbaru kali ini akan mengupas tuntas representasi logo kabupaten Gerbangkertosusila yang ada di Jawa Timur.

Urgensi penelitian ini terletak pada latar belakang permasalahan terkait fungsi logo daerah. Apabila logo daerah hanya berfungsi sebagai “tanda bisu” secara terus-menerus, maka logo akan kehilangan fungsi utamanya sebagai representan sebuah daerah. Kegagalan pemahaman makna ini tidak hanya mengurangi rasa kepemilikan publik terhadap sejarah daerah, akan tetapi secara tidak langsung akan menghambat strategi branding daerah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengkaji dan mengupas tuntas makna-makna semiotik yang tersembunyi dalam lambang daerah (Syahputra, 2021).

Penelitian ini memiliki daya tarik yang tinggi karena menggabungkan penelaahan mendalam tentang identitas kawasan dengan analisis Semiotika Peirce untuk membongkar fungsi logo sebagai representasi identitas. Kekuatan utama penelitian ini terletak pada pilihan objeknya, yaitu enam logo daerah di Jawa Timur, Gerbangkertosusila. Keenamnya menyajikan sekumpulan objek keberagaman yang kaya, meliputi aspek geografis, historis, dan ekonomi mulai dari maritim, industri, pertanian, hingga pariwisata. Macam-macam objek ini menjamin temuan yang menyeluruh mengenai masing-masing pemerintah daerah merumuskan dan mengkomunikasikan jati diri wilayahnya. Lebih dari sekadar ilustrasi, setiap lambang berfungsi sebagai kesepakatan tak tertulis yang memvisualisasikan warisan sejarah, kekayaan alam, prinsip filosofis, dan harapan masa depan daerah kepada publik.

Isu utama terdapat dalam pemerintah Kota Surabaya pada tahun 2025, yang meluncurkan identitas visual baru bertajuk "Surabaya City of Heroes". Terdapat tuntutan akan orisinalitas dan kemampuan logo dalam menerjemahkan visi-misi kota yang semakin dinamis. Hal ini menunjukkan bahwa logo lama dianggap perlu diperbarui agar tetap relevan dengan karakter "Kota Pahlawan" di era modern, sehingga memunculkan pertanyaan semiotik mengenai komponen visual yang dibuat apakah mampu merepresentasikan jiwa Surabaya saat ini, serta dapat merepresentasikan identitas utama masyarakat Surabaya. Hal ini juga membuat masyarakat awam bingung dengan makna logo yang sebenarnya (Anaz, 2025).

Isu yang serupa juga terjadi pada kabupaten Sidoarjo. Kritik dari pakar komunikasi mengenai kebutuhan Sidoarjo akan city branding yang jelas menegaskan bahwa selama ini logo dan identitas daerah tersebut belum mampu

mengeksplorasi keindahan dan potensi daerah secara maksimal layaknya kota-kota besar lainnya di Jawa Timur (Burhan, 2019). Hal ini menciptakan tantangan bagi logo Kabupaten Sidoarjo untuk tidak hanya sekadar 'ada', tetapi benar-benar mampu berdiri sebagai simbol identitas yang mandiri dan kompetitif. Tantangan yang lain juga muncul, ketika masyarakatnya tidak paham akan makna sebenarnya dari logo tersebut. Maka dari itu untuk mengkaji makna logo tersebut sudah efektif atau tidak diperlukan analisis yang lebih mendalam.

Terdapat isu yang mengharuskan kepemimpinan membawa perubahan cara berkomunikasi visual di Kabupaten Gresik, namun sering kali simbol-simbol tradisi hanya dijadikan pelengkap, bukan inti dari identitas daerah. Padahal, bentuk visual Damar Kurung ini seharusnya diterapkan secara langsung dalam kehidupan masyarakat, baik sebagai Komponen dekorasi kota, produk kreatif lokal, maupun dalam perayaan budaya warga Gresik. Hal ini menjadikan masyarakat gagal untuk memahami identitas melalui logo daerahnya. Salah satu masalah representasi adalah ketika logo daerah dianggap hanya mewakili satu sisi wilayah. Gresik sering dikritik karena pembangunan dan identitas visualnya terpusat di Gresik Kota, sementara wilayah Selatan merasa terpinggirkan. Peluncuran konsep 'Gresik Baru' oleh pemerintah daerah mencerminkan upaya rekonstruksi identitas untuk keluar dari stigma kota tua yang kusam. Namun, upaya ini menuntut integrasi simbol kearifan lokal seperti Damar Kurung kedalam komunikasi visual modern agar identitas asli masyarakat tidak tergerus oleh ambisi pembangunan ekonomi semata (Mohammad, 2024).

Di era modern, terdapat isu banyaknya generasi muda di Bangkalan yang kurang memahami makna filosofis dari senjata tradisional tersebut dalam logo

daerah Bangkalan. Ada kesenjangan literasi visual antara makna historis (sejarah perjuangan Raden Praseno) dengan pemaknaan masyarakat urban Madura saat ini (Farida *et al.*, 2019). Logo Kabupaten Bangkalan yang menonjolkan Senjata Cakra sebagai simbol perlindungan dan Api Konang sebagai lambang semangat pantang menyerah kini menghadapi tantangan pemaknaan di kalangan generasi milenial dan Gen Z (Portal Madura, 2023). Ketidaktahuan masyarakat terhadap filosofi tanda ini menunjukkan adanya hambatan dalam proses transfer nilai budaya melalui simbol visual daerah.

Mendalami isu yang telah terjadi di Kabupaten Mojokerto, upaya membangun identitas daerah terlihat sangat jelas melalui slogan dan logo baru bertajuk "Full of Majapahit Greatness". Isu utamanya adalah keinginan pemerintah daerah untuk "menghidupkan kembali" kehebatan Kerajaan Majapahit dalam bentuk desain modern. Pemerintah menggunakan simbol-simbol lama seperti bentuk Gapura Wringin Lawang dan warna oranye khas bata merah Majapahit dalam setiap promosi daerahnya (Budianto, 2022). Dalam teori semiotika Charles Sanders Peirce, hal ini memunculkan pertanyaan, apakah masyarakat benar-benar paham dan setuju bahwa gambar gapura tersebut mewakili masyarakat melihat logo itu hanya sebagai gambar biasa tanpa makna yang mendalam. Oleh karena itu, penting untuk meneliti apakah simbol kebesaran Majapahit ini sudah tepat sasaran atau justru terasa asing bagi warga lokal di tengah kehidupan modern mereka.

Di sisi lain, isu utama Kabupaten Lamongan yaitu mencoba melakukan pendekatan berbeda dengan memvisualisasikan dialek lokal "Megilan" ke dalam logo. Penggunaan Komponen bahasa lisan ke dalam bentuk ikonografi visual ini memunculkan pertanyaan unik tentang cara masyarakat mengonstruksi identitas

mereka melalui bahasa dan simbol. Hal ini menimbulkan persoalan semiotik mengenai sebuah bahasa lisan yang bersifat abstrak ditransformasikan menjadi tanda visual yang harus mampu merangkum keragaman tipologi masyarakat Lamongan, mulai dari masyarakat pesisir di utara, masyarakat agraris di tengah, hingga masyarakat hutan di wilayah selatan. Maka dari itu, hal ini menjadi sebuah tantangan cara masyarakat untuk mampu memahami makna logo yang kompleks (Yuhronur, 2021).

Keseluruhan isu utama yang terjadi yakni fenomena perubahan identitas visual di Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Bangkalan, Mojokerto, dan Lamongan mengungkap isu krusial mengenai krisis representasi dan diskoneksi semiotik antara ambisi *city branding* pemerintah dengan pemaknaan identitas masyarakat lokal. Modernisasi seringkali menciptakan kegagalan literasi visual, sebagaimana simbol-simbol historis, filosofis, seperti Senjata Cakra di Bangkalan atau kemegahan Majapahit di Mojokerto berisiko menjadi ornamen estetika semata yang gagal dimaknai oleh generasi muda, sementara upaya rekonstruksi identitas seperti "Gresik Baru" atau dialek "Megilan" di Lamongan menghadapi tantangan dalam merangkum keragaman sosiologis wilayah yang terpecah belah. Secara mendasar, ke-enam daerah ini tengah bergulat dengan ketegangan antara fungsi logo sebagai instrumen pemasaran daerah yang kompetitif dengan fungsinya sebagai ruang dialog budaya yang merepresentasikan identitas masyarakatnya, di mana kegagalan mengintegrasikan kearifan lokal ke dalam komunikasi visual modern berpotensi melahirkan identitas buatan yang tidak lagi mampu merepresentasikan jiwa dan orisinalitas kolektif masyarakatnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang sudah dijelaskan pada latar belakang, maka bisa disimpulkan tiga point rumusan masalah yang akan dikaji, tiga diantaranya yakni:

1.2.1 Bagaimanakah Ikon yang terdapat dalam logo Kabupaten Gerbangkertosusila dapat merepresentasikan identitas masyarakat Jawa Timur?

1.2.2 Bagaimanakah Indeks yang terdapat dalam logo Kabupaten Gerbangkertosusila dapat merepresentasikan identitas masyarakat Jawa Timur?

1.2.3 Bagaimanakah Simbol yang terdapat dalam logo Kabupaten Gerbangkertosusila dapat merepresentasikan identitas masyarakat Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikaji, adapun tujuan penelitian yang akan dicapai. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa dalam penelitian ini dianalisis. Beberapa tujuannya yakni sebagai berikut:

1.3.1 Mengeksplorasi dan mengungkap nilai-nilai representasi identitas masyarakat Jawa Timur melalui Ikon yang terdapat dalam logo Kabupaten Gerbangkertosusila.

1.3.2 Mengeksplorasi dan mengungkap nilai-nilai representasi identitas masyarakat Jawa Timur melalui Indeks yang terdapat dalam logo Kabupaten Gerbangkertosusila.

1.3.3 Mengeksplorasi dan mengungkap nilai-nilai representasi identitas masyarakat Jawa Timur melalui Simbol yang terdapat dalam logo Kabupaten Gerbangkertosusila.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

1.4.1.1 Memastikan dan memperkaya pengetahuan serta studi literatur mengenai kerangka teori Semiotika Peirce mulai dari Ikon, Indeks, dan Simbol dalam menganalisis tanda visual yang rumit, khususnya yang mengandung ideologi pemerintahan dan identitas multikultural daerah.

1.4.1.2 Memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana nilai-nilai sosiokultural dan filosofis daerah diterjemahkan, dipelihara, dan dikomunikasikan melalui representasi visual di ruang publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Pemerintah Daerah dan Pembuat Kebijakan

Penelitian ini secara praktis menyajikan panduan yang membantu pemerintahan daerah dan pembuat kebijakan untuk merancang, mengkomunikasikan, dan memahami makna tersembunyi dalam logo. Pemerintahan dapat memastikan simbol visual yang digunakan dapat mewakili identitas kolektif dan citra positif daerah tanpa disalahartikan publik.

1.4.2.2 Bagi Masyarakat Luas

Manfaat bagi masyarakat luas dapat membantu memahami secara detail makna yang terkandung didalam logo, mulai dari sejarah, filosofis yang ada dalam logo daerah. Pemahaman mendalam dari masyarakat terhadap makna logo daerah ini dapat memperkuat rasa memiliki terhadap wilayahnya.

1.4.2.3 Bagi Peneliti Saat Ini dan Peneliti Lanjutan

Penelitian ini memiliki manfaat praktis sebagai acuan kajian semiotik Peirce (Ikon, Indeks, dan Simbol) untuk menganalisis simbol visual yang rumit, dan memberikan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai filosofis lokal suatu logo. Sehingga menjadi dasar acuan bagi penelitian yang membahas semiotika terapan di masa mendatang.

1.4.2.4 Bagi Tenaga Pendidik

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi materi pengayaan bagi tenaga pendidik, khususnya dosen pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dalam mata kuliah Semiotika.

1.5 Asumsi Penelitian

Dasar penelitian ini dibangun oleh tiga asumsi dasar: fungsi strategis logo sebagai lambang, kebenaran teori Semiotika Peirce, dan karakteristik unik data budaya. Asumsi pokoknya adalah logo kabupaten bertindak sebagai kesepakatan simbolik dan sebuah komunikasi yang mendasar, melampaui sekadar dekorasi, untuk menyampaikan pesan, visi, dan riwayat daerah secara ringkas kepada khalayak umum. Selanjutnya, penelitian ini meyakini validitas Semiotika Peirce (Ikon, Indeks, Simbol) sebagai kerangka analisis untuk mengurai makna berlapis yang ada didalam logo, Komponen Simbol menjadi kunci utama untuk menafsirkan nilai-nilai sosiokultural yang terkandung. Terakhir, penelitian beranggapan bahwa makna historis dan kultural logo sangat spesifik sehingga perbandingan lambang dari kabupaten dengan latar belakang yang akan menjamin temuan yang lengkap dan luas. Asumsi keseluruhannya yaitu bahwasanya logo Kabupaten

Gerbangkertokusila berfungsi sebagai representasi visual yang efektif dalam memadatkan seluruh ciri khas geografis daerah kedalam satu lambang tunggal, meskipun maknanya belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat luas.

1.6 Definisi Istilah

Definisi istilah berfungsi untuk membatasi lingkup penafsiran terhadap istilah-istilah kunci yang mungkin memiliki beragam makna. Pembatasan ini bertujuan untuk menjaga fokus penelitian tetap ketat dan memastikan adanya konsistensi logis antara Komponen-Komponen seperti judul, rumusan masalah, dan tujuan penelitian.

1.6.1 Representasi Identitas

Representasi Identitas adalah tindakan menunjukkan atau menggambarkan individu atau suatu kelompok dalam melihat dan mendefinisikan diri sendiri kepada dunia luar. Proses "menunjukkan" ini menggunakan berbagai alat, mulai dari simbol (seperti logo dan bendera), bahasa, media komunikasi, perilaku sehari-hari, hingga seni dan tradisi. Tujuan utamanya adalah untuk membangun dan menyampaikan jati diri, nilai-nilai, ciri khas, dan keunikan kelompok atau individu tersebut, sehingga dapat dimengerti, dikenali, dan diterima dalam lingkup budaya yang lebih besar.

1.6.2 Logo Kabupaten

Secara garis besar, logo dipahami sebagai lambang yang memiliki makna khusus, fungsinya adalah menjadi penanda identitas dan representasi diri, baik untuk suatu perusahaan maupun daerah. Pada dasarnya, logo adalah penyederhanaan visual yang harus memuat dan memancarkan citra positif serta

visi yang jelas. Tugas utama logo adalah sebagai alat komunikasi non-verbal yang canggih. Logo menyampaikan pesan, visi, dan misi hanya melalui perpaduan Komponen visual, seperti jenis huruf (tipografi), simbol, gambar, kombinasi warna, dan bentuk-bentuk. Khusus untuk konteks daerah, logo dimaknai sebagai kontrak simbolis yang tidak tertulis antara pihak pemerintah dan masyarakat. Logo bertugas untuk mengabadikan dan merekam warisan sejarah, kekayaan alam, dan filosofi inti yang dianut oleh daerah.

1.6.3 Semiotika Charles Sanders Peirce

Teori Semiotika Charles Sanders Peirce adalah ilmu yang mempelajari tanda secara terstruktur, berfokus pada proses pembentukan makna yang dinamis. Teori ini memiliki sifat triadik, karena makna selalu terbangun dari tiga komponen inti yang saling terhubung. Pertama, Representamen, yaitu wujud fisik tanda (seperti visual pada logo). Kedua, Objek dan ketiga yaitu Interpretant. Selain itu, Peirce mengklasifikasikan tanda menjadi tiga jenis utama berdasarkan cara Representamen berhubungan dengan Objeknya yakni Ikon, Indeks dan Simbol.

1.6.4 Ikon

Ikon dapat didefinisikan sebagai jenis tanda yang sangat mudah dipahami karena memiliki kemiripan visual secara langsung dengan objek, konsep, atau ide yang diwakilinya. Dengan kata lain, bentuk fisik ikon akan menyerupai hal yang menjadi rujukannya. Ikon dapat di definisikan untuk analisis bentuk semiotika pierce pada logo Kabupaten yang tergabung dalam area administratif

dalam Gerbangkertokusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan).

1.6.5 Indeks

Indeks didefinisikan sebagai jenis tanda yang menunjukkan objeknya melalui keterkaitan nyata atau hubungan sebab-akibat yang melekat, dan bukan berdasarkan kemiripan visual seperti pada ikon. Dengan kata lain, tanda ini memiliki ikatan faktual langsung dengan hal yang dirujuknya. Indeks dapat diidentifikasi untuk menganalisis logo Kabupaten Gerbangkertokusila melalui analisis semiotika Pierce.

1.6.6. Simbol

Simbol adalah kategori tanda yang memiliki hubungan konvensional dengan objek yang diwakilinya, artinya tidak ada kemiripan fisik (seperti Ikon) maupun keterkaitan nyata sebab-akibat (seperti Indeks). Makna Simbol sepenuhnya ditetapkan melalui kesepakatan kolektif dalam suatu kebudayaan, sehingga maknanya harus dipelajari oleh penerima pesan sehingga menjadikannya kuat untuk mewakili nilai-nilai yang tidak berwujud. Simbol ini dapat digunakan sebagai bentuk analisis semiotika Pierce dalam logo kawasan Kabupaten Gerbangkertokusila.