

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. KAJIAN TEORI

##### 1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang terjadi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Komunikasi massa setidaknya ada enam unsur di dalamnya antara lain adalah komunikator (yang menyampaikan pesan), pesan, media (alat untuk mengirim pesan tersebut), komunikan (yang menerima pesan tersebut), efek dan umpan balik.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media modern, yang meliputi surat kabar siaran radio dan televisi yang ditunjukkan kepada khalayak umum guna untuk menyebarkan informasi-informasi yang di butuhkan bagi khalayak. Informasi yang disampaikan juga tidak dapat di siarkan secara mentah-mentah.

Pengertian komunikasi massa yang lebih sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003) yaitu komunikasi merupakan pesan yang disampaikan melalui media massa pada masyarakat luas.

Paradigma Lasswell (effendi, 2007:10) menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yang harus ada sesuai jawaban yang telah diajukan yakni:

##### a. Komunikator

Pengirim informasi yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau lebih.

- b. Pesan adalah sebuah informasi yang disampaikan kepada komunikan
- c. Media adalah alat yang di gunakan untuk mengirim pesan tersebut hingga sampai kepada komunikan.
- d. Komunikan adalah orang yang menerima pesan
- e. Efek adalah reaksi yang ditimbulkan dari komunikan setelah menerima pesan dari komunikator.
- f. Feedback adalah tanggapan apa yang di berikan komunikator kepada komunikan. .

Efek komunikasi massa adalah komunikasi mempunyai efek tertentu menurut (Liliweri 2011), secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa, yaitu:

- a. Efek kognitif,

Pesan komunikasi massa mengakibatkan konsumen berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.

- b. Efek afektif

Pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari konsumen. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar,

mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.

c. Efek konatif

Pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku

## 2. Logo

Logo adalah tanda yang dirancang sebagai ciri khas dari perusahaan. Logo adalah bentuk pesan dan visual dari konsep perusahaan atau organisasi yang memiliki

Berkembangan pertunjukan, logo sangat penting terutama dalam pembuatan strategi mempromosikan sebuah event.

a. Jenis dan tipe Logo

Berikut ini jenis-jenis logo menurut John Murphy dan Michael Rowe (Setiawan, 2009)

a) *Name Only Logo*

Logo ini diambil dari sebuah nama dengan menggunakan gaya grafis yang khusus. Logo ini memberi kesan ketegasan dan pesan secara langsung kepada masyarakat. Contohnya logo pada produk elektronik.

b) *Name atau symbol logo*

Kelebihan dari logo ini adalah bentuknya yang ringkas dan fleksibel karena jenis logo ini mampu berdiri sendiri.

*c) Initial Letter Logo*

Logo ini biasanya digunakan untuk nama produk atau organisasi sebagai komponen. Logo jenis ini biasanya menunjukkan rangkaian dari pemilik perusahaan contohnya logo bank.

*d) Pictorial Names Logo*

Logo yang menggunakan nama produk atau organisasi sebagai komponen penting dari gaya logo, yang secara keseluruhan logo ini memiliki gaya yang sangat khusus. Contohnya coca cola, McDonald, dan lain-lain.

*e) Associative logo*

Logo ini biasanya berdiri bebas tanpa membuat nama produk atau perusahaan, tetapi memiliki asosiasi langsung dengan nama, produk, atau wilayah aktifitasnya.

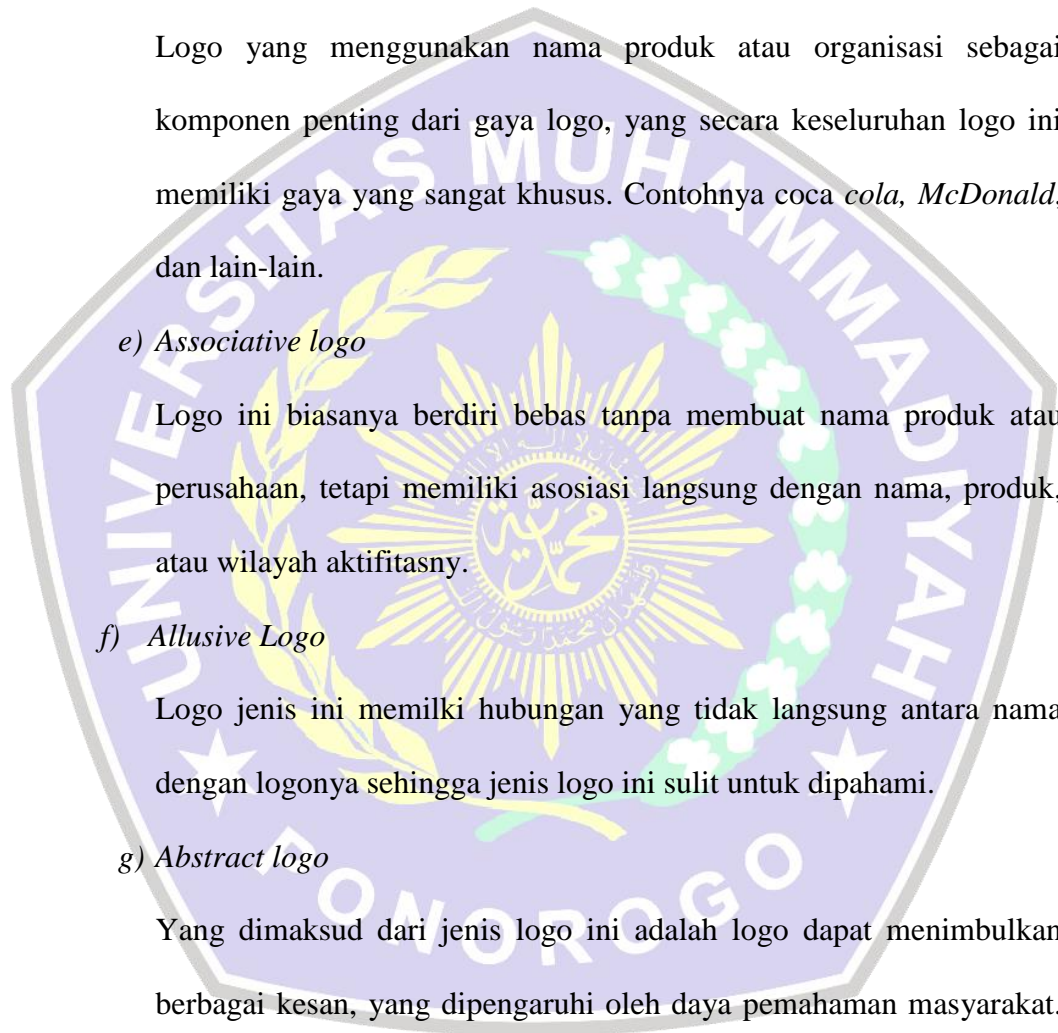
*f) Allusive Logo*

Logo jenis ini memiliki hubungan yang tidak langsung antara nama dengan logonya sehingga jenis logo ini sulit untuk dipahami.

*g) Abstract logo*

Yang dimaksud dari jenis logo ini adalah logo dapat menimbulkan berbagai kesan, yang dipengaruhi oleh daya pemahaman masyarakat.

Ini terjadi karena bentuk visual logo ini sangat abstrak. Contoh adalah logo bakrie Brothers. kekurangan dari logo ini adalah bentuknya yang tidak jelas, sehingga sangat sulit dipahami oleh masyarakat.



## b. Fungsi Logo

Logo mempunyai fungsi-fungsi yang sangat penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Menurut Suidiana fungsi logo yaitu (Anggoro, 2007):

- a) Identitas suatu produk, atau organisasi
- b) Yang membedakan dari organisasi lain
- c) Media komunikasi yang menyampaikan mengenai pesan
- d) Sebagai nilai tambahan (menimbulkan gengsi misalnya)
- e) Pertanda adanya sesuatu yang dilindungi hukum (Suidiana,1995)

Logo mempunyai manfaat lain sebagaimana yang dikatakan oleh Lip “menurutnya fungsi logo selain sebagaimana suatu identitas perusahaan (corporate identity) logo juga berfungsi sebagai identitas event (logo yang menyertai suatu kegiatan tertentu)” (Sidhi,1996)

## c. Elemen pembentuk logo

Menurut Smith ada beberapa element yang mempengaruhi bentuk suatu logo. (Rudyant,Jessica Diana,2016)

### a) Garis (Visual Symbol)

Pengertian garis menurut Lilian Gareth mengartikan sebuah garis merupakan kumpulan dari titik yang bila diurutkan maka gambaran panjangnya disebut garis. Dalam bidang seni rupa garis merupakan jantungnya seni rupa.

Menurut (Kusrianto, 2007) garis memiliki arti atau makna sebagai berikut:

- 1) Garis tegak : Kuat, kokoh, tegas, dan hidup
- 2) Garis Datar : Lemah, tidur, dan mati
- 3) Garis lengkung : lemah, lembut mengarah
- 4) Garis miring : sedang, menyudut
- 5) Garis berombak : halus, lunak, berirama

b) Bentuk (shapes)

Menurut Leksikon Grafika bentuk merupakan semacam bentuk, seperti bundar elips, bulat, segi empat, dan lain sebagainya. Pada proses pembentukan logo, bentuk memiliki posisi yang penting.

c) Warna (colour)

Warna mempunyai arti penting sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari logo tersebut. Kemampuan warna menciptakan impresi yang mampu menimbulkan efek-efek tertentu.

Menurut Molly E. Holzschlag seorang pakar warna dalam tulisannya "*creating color sceme*" (kusrianto 2007)

1) Merah

Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.

2) Biru

Kepercayaan, konservatif keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.

3) Hijau

Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaharuan.

4) Kuning

Optimis, harapan, filosofi, ketidak jujur an atau kecurangan, pengecut, pengkhianatan.

5) Ungu

Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.

6) Orange

Energi, keseimbangan,kehangatan.

7) Coklat

Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.

8) Abu-abu:

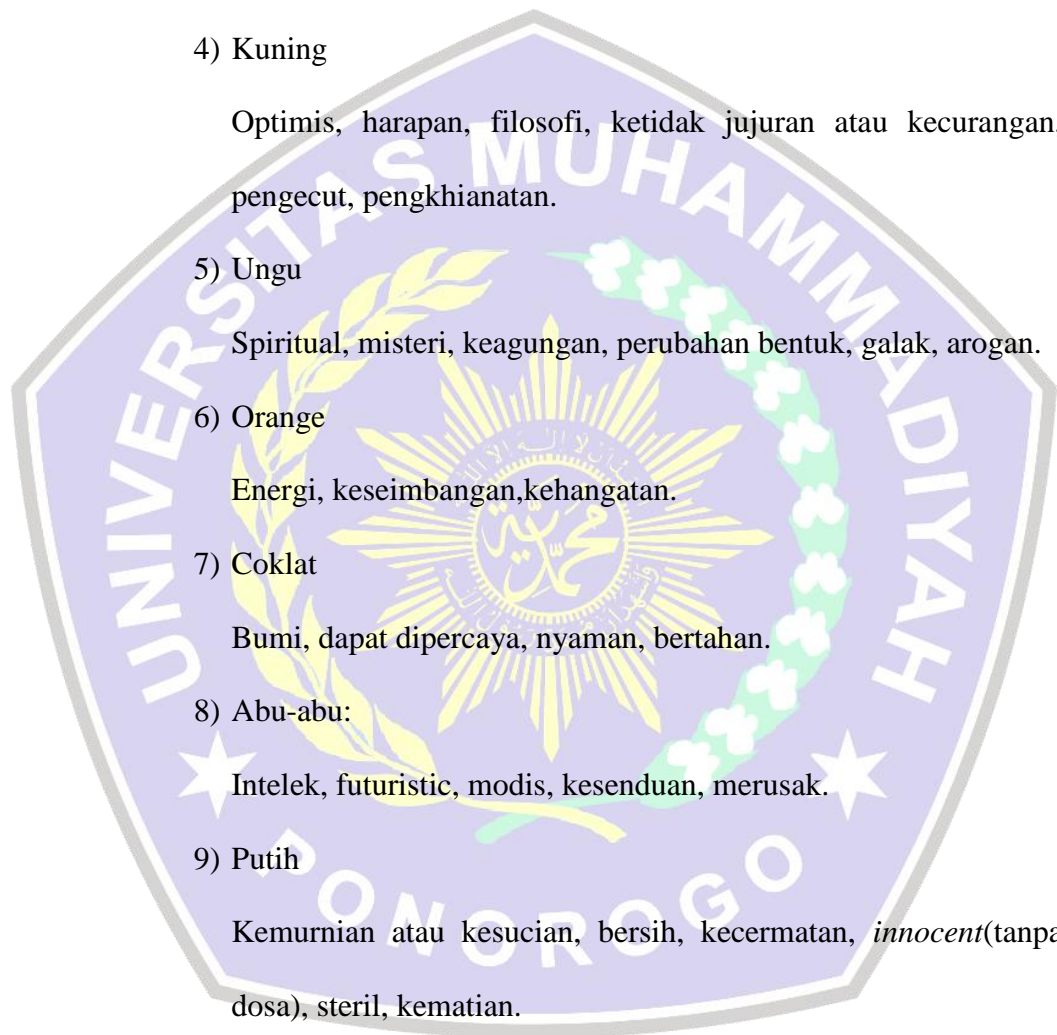
Intelek, futuristic, modis, kesenduan, merusak.

9) Putih

Kemurnian atau kesucian, bersih, kecermatan, *innocent*(tanpa dosa), steril, kematian.

10) Hitam

Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, tidak kebahagiaan, keanggunan.



#### d) Tipografi (*Typografi*)

Typografi adalah seni huruf yang memberikan kesan, yang mempermudah masyarakat untuk membaca.

Desain huruf yang membawa pesan merupakan elemen visual penting proses pengembangan identitas, yang bisa memanfaatkan konotasi emosional yang kuat.

Jenis Tipografi menurut James Craig (Perdan, 2007):

##### 1) *Roman*.

Ciri dari huruf ini adalah memiliki sirip/kaki/*serif* yang berbentuk lancip pada ujungnya. Kesan yang ditimbulkan adalah mengekspresikan organisasi dan intelektualitas, klasik, anggun, lemah gemulai.

##### 2) *Egyptian*.

Jenis huruf yang memiliki ciri kaki/sirip/*serif* yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil.

##### 3) *Sans Serif*.

Pengertian *Sans Serif* adalah tanpa sirip/*serif*, jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien.



4) *Script*.

Huruf Script menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifat pribadi dan akrab.

5) *Miscellaneous*.

Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.



**Gambar 1.** Macam-macam jenis huruf menurut James Craig.

Sedangkan menurut Alexander Lawson (Rustan, 2011) klasifikasi huruf berdasarkan sejarah dan bentuk huruf, yaitu:

1) *Black Letter/Old English/Fraktur*

Ciri dari huruf ini adalah memiliki sirip/kaki/serif yang berbentuk lancip pada ujungnya.. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, gelap, berat dan hitam.

2) *Humanist/Venetian*

Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang sedikit melengkung atau membulat. Kesan yang ditimbulkan adalah emosi atau perasaan.

3) *Old Style/Old Face/Garalde*

Ciri dari huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang patah.

4) *Transitional/Reales*

Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang tajam dan lurus. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Baskerville, Times New Roman, Century, Bell,*

5) *Display/Decorative*

Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang sangat bervariasi dan bersifat dekoratif. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Bermuda, Rosewood, Umbra, Grunge, Doodle, Dot 28.*



<b>FRAKTUR</b> fraktur	HUMANIST humanist	OLD STYLE old style
TRANSITIONAL transitional	MODERN modern	<b>SLAB SERIF</b> slab serif
SANS SERIF sans serif	<i>SCRIPT</i> script	<b>DISPLAY</b> <b>DECORATIVE</b>

**Gambar 2.** Jenis-jenis huruf menurut Alexander Lawson.

d. Unsur pembuatan Logo

Unsur pembuatan sebuah logo menurut ahli desain grafis *Carter*(Kusrianto:2007) yakni :

a) Desain apik dan penuh arti

- 1) Cocok artinya desain logo sesuai dengan tujuannya
- 2) Revisi desain artinya jika logo tidak sesuai dengan tujuan event, atau organisasi yang bersangkutan maka harus dilakukan perbaikan dengan menjadikan logo yang lama sebagai acuan untuk pembuatan logo terbaru.

b) Nama yang cocok

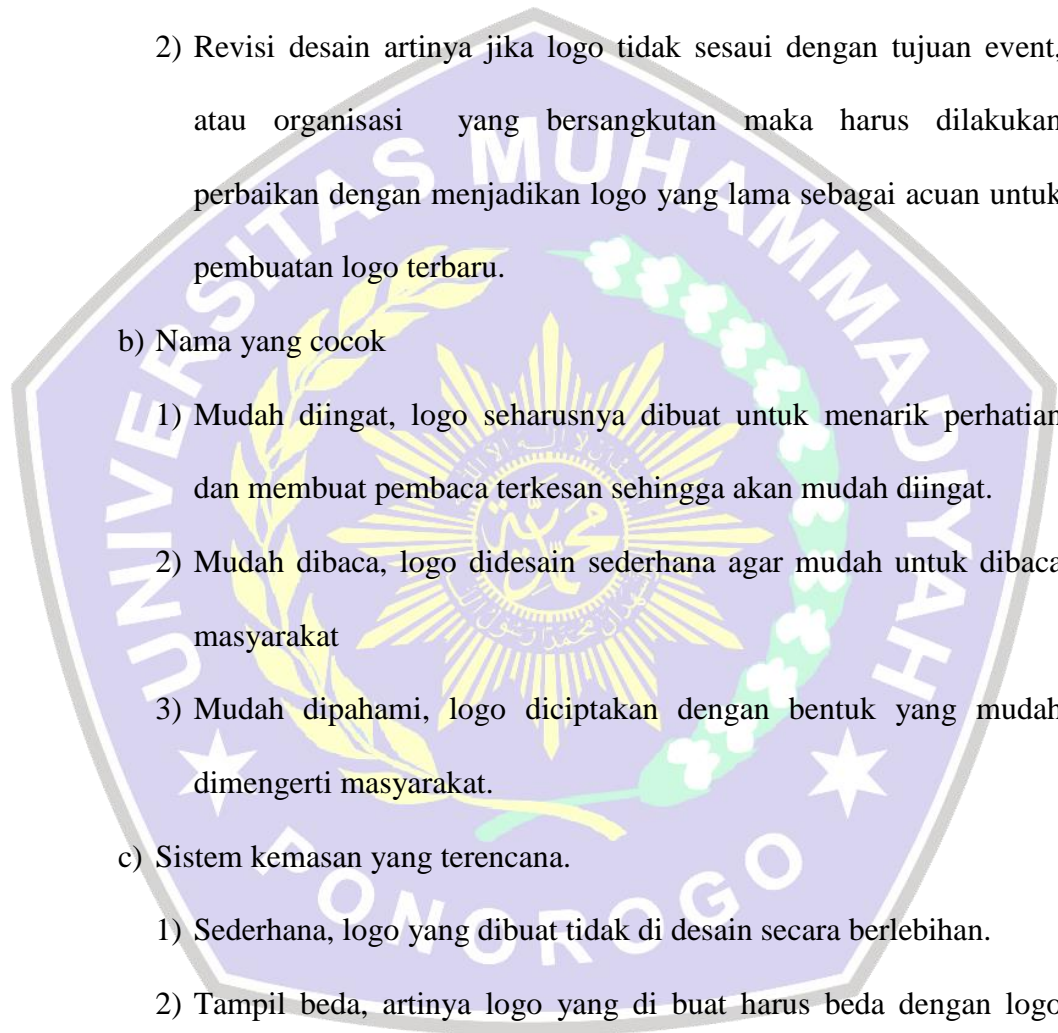
- 1) Mudah diingat, logo seharusnya dibuat untuk menarik perhatian dan membuat pembaca terkesan sehingga akan mudah diingat.
- 2) Mudah dibaca, logo didesain sederhana agar mudah untuk dibaca masyarakat
- 3) Mudah dipahami, logo diciptakan dengan bentuk yang mudah dimengerti masyarakat.

c) Sistem kemasan yang terencana.

- 1) Sederhana, logo yang dibuat tidak di desain secara berlebihan.
- 2) Tampil beda, artinya logo yang di buat harus beda dengan logo yang lain.

d) Penggunaan ungu dalam program identitas

- 1) Pemakaian warna atinya menggunakann warna yang tepat dalam menyusun logo harus sama dengan tujuam yang sesuai.



2) Tipe huruf berarti logo yang digunakan harus disusun dengan bentuk huruf yang unik.

Menurut Evelyn Lip desain logo harus memenuhi kondisi-kondisi seperti dibawah (Kusrianto:2007):

- 1) Harus cocok dengan budaya
- 2) Logo harus mengandung citra yang diinginkan
- 3) Harus menjadikan alat komunikasi visual
- 4) Harus seimbang dalam warna
- 5) Logo harus menggambarkan suatu irama dan proporsi
- 6) Harus bersifat artistik.
- 7) Desainnya harus harmonis
- 8) Harus mengabungkan tulisan atau huruf yang tepat sehingga dapat menyampaikan pesan secara logis dan jelas

e. Logo sebagai alat komunikasi

Seperti yang dikatakan oleh Susane K.Langer: “salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolis atau penggunaan lambang, diaman manusia adalah satu-satunya hewan yang menggunakan lambang” (Mulyana,2008).

Peran simbol visual sangat penting sebagai alat berkomunikasi dan sangat tidak terbatas dalam kehidupan sehari-hari. Logo merupakan sisi dari identitas sebuah event, perusahaan atau organisasi yang disusun sebagai alat membedakan untuk dikenali masyarakat.

### 3. Event

#### a. Definisi Event

Event sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terkait dengan adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan dalam waktu tertentu. (Any Noor, 2009)

#### b. Kategori event

Event dibagi menjadi 4 kategori (Noor, 2009) yaitu:

##### a) *Leisure Event*

Leisure Event kegiatan yang berkembang banyak berdasarkan pada kegiatan keolahragaan. Kegiatan ini memiliki unsur pertandingan didalamnya dan mendatangkan banyak pengunjung pada event tersebut.

##### b) *Personal Event*

Suatu bentuk kegiatan yang didalamnya terlibat anggota keluarga atau teman.

##### c) *Culture Event*

Setiap daerah selalu mempunyai kebudayaan yang selalu identik dengan upacara adat dan tradisi yang memiliki nilai sosial tinggi dalam tatanan masyarakat, sehingga penyelenggara menjadikan ini sangat penting.

d) Organizational Event

Merupakan kegiatan besar pada setiap organisasi. Pada kategori ini, bentuk event yang diselenggarakan tentunya disesuaikan dengan tujuan organisasi.

c. Tipe event

Menurut Mc Cartney terdapat beberapa tipe event (Mc Cartney, 2010)

a) Olahraga

Sebuah event yang berkaitan dengan dunia olahraga, yang terlibat dalam acara ini antara stakeholder acara, peserta, spektator, sponsor, media, dan pemerintah.

b) Budaya

Berbagai macam festival tentang kebudayaan, agama, dan tradisional lokal.

c) Seni

Sebuah pertunjukan atau event yang menyajikan tentang seni seperti musik, teater, pameran lukisan dan lain sebagainya.

d) Politik

Acara yang diselenggarakan secara nasional berdasarkan keputusan pemerintah.

e) MICE

Akronim dari MICE adalah *Meetings, incentive travel, convention, dan exhibition*.

f) Rekreasi

Acara olahraga yang menyenangkan atau outing

g) Spesial

Pembukaan dan penutupan serta upacara penghargaan. Acara pengumpulan dan amal

h) Private

Acara yang di selenggarakan dengan mengundang keluarga atau kerabat dekat, teman. Seperti acara ulang tahun, pernikahan dan lain-lain.

d. Perencanaan Event

Menurut (Pudjiastuti, 2010) ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika akan menerapkan sebuah konsep acara yaitu :

a) Persiapan

Hal yang dimaksud adalah melakukan pengecekan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan acara. Seperti kondisi panggung, ruangan, dan sebagainya.

b) Gladi Bersih

Melakukan kegiatan untuk mencoba dan pengecekan dari para anggota yang terlibat ketika acara akan dimulai. Hal ini bertujuan agar dalam pelaksanaan sebuah acara kerja sama tim dapat terjalin dengan bagus.

c) Komunikasi

Kesempurnaan koordinasi dalam event sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi yang dilakukan secara terus-menerus diantara anggota tim kerja. Ketika pelaksanaan acara mulai berlangsung masing-masing kru harus tetap menjaga komunikasi yang baik, hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan HT (*Handy Talky*)

d) Kepentingan Pribadi

Setiap anggota tim harus mampu untuk tidak mencampur adukkan antara kepentingan pribadi dengan kepentingan kelompok.

e) Komitmen

Komitmen setiap anggota dibutuhkan sejak awal persiapan acara sampai dengan tahap akhir atau evaluasi. Dengan adanya komitmen maka setiap anggota mengerjakan pekerjaannya hingga selesai.

f) Kepercayaan

Membangun sebuah kepercayaan dalam sebuah tim sangat dibutuhkan untuk mendapatkan hasil acara yang sukses.

g) Kerjasama

Kualitas koordinasi sebuah acara dapat dilihat dari kemampuan pimpinan acara dalam membangun kerjasama di antara seluruh anggota tim dan hal ini merupakan pekerjaan yang sulit karena masing-masing anggota memiliki *personality*.

h) Tanggung Jawab



Hal ini berkaitan dengan upaya mengatasi masalah yang muncul dengan baik dan benar sehingga tidak mengganggu kelancaran kerja pihak lain.

#### 4. Semiotika

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda ((Drs. Alex Sobur, 2013). Model analisis semiotika menurut Charles S. Peirce semiotika berangakt dari tiga elemen utama yang disebut peirce teori segita makna atau *triangel meaning*.((Kriyanto, 2006).

Dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Lambang

Suatu tanda dimana tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Lambang ini adalah tanda yang dibentuk karena adanya consensus dari pengguna tanda.

##### b. Ikon

Suatu tanda dimana tanda dan acuannya berupa hubungan kemiripan. Jadi ikon adalah bentuk tanda yang dalam berbagai bentuk menyerupai objek dari tanda tersebut.

##### c. Indeks

Merupakan tanda dan acuannya timbul karena kedekatan eksistensi. Jadi indeks merupakan hubungan langsung (kausalitas) dengan objeknya.

Semiotika model Roland Barthes mengembangkan teori semiotika dari Saussure yang merupakan perancang pertama sebuah

model sistematis dengan model ini. Inti dari teori Barthes adalah ide tentang dua tatanan signifikasi (*Orders of signification*), Barthes menggunakan denotasi, onotasi, dan mitos.

## 5. Semiotika Model Roland Barthes

Semiotika model Rolan Barthes merupakan pengembangan dari semiotika Sessuare, inti dari teori ini adalah ide tentang dua tatanan signifikasi (*Orders of signification*)(Fiske, 2012)

Berikut adalah penjelasan tentang Denotasi, Konotasi, dan

Mitos:

### a. Denotasi

Merujuk pada apa yang diyakini akal sehat manusia. (*common – sense*), makna yang teramati dari sebuah tanda.

### b. Konotasi

Menjelaskan tentang interaksi yang terjadi ketika tanda-tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai dalam kebudayaan.

### c. Mitos

Mitos merupakan sebuah cerita dimana suatu kebudayaan menjelaskna beberapa aspek dari realitas atau alam bagi orang yang mempercayainya. Mitos primitif yang berkaitan dengan kehidupan dan kematian, manusia dan Tuhan, baik dan buruk. Mitos terkini adalah soal maskulinitas, feminitas, tentang keluarga, tentang ilmu pengetahuan.

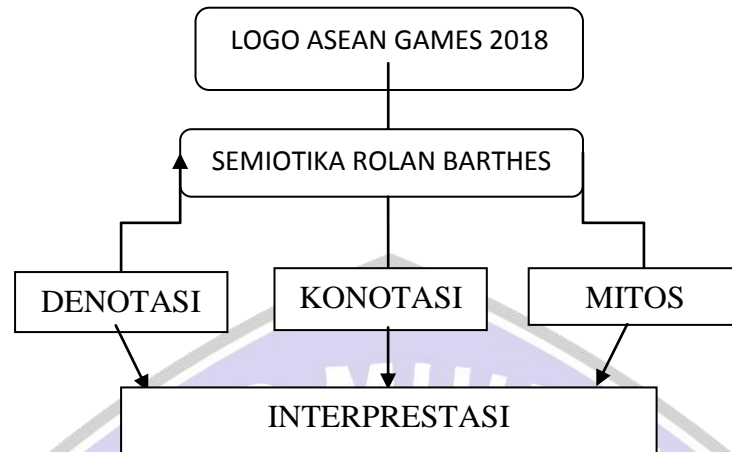
Barthes menyebut denotasi adalah makna yang nyata dari tanda sedangkan konotasi merupakan istilah untuk menunjukkan signifikandari tahap kedua.

#### 6. Asean Games 2018

Sebagai acara olahraga terbesar setelah Olimpiade, Asian Games adalah acara bergengsi yang diorganisir oleh Olypic Council of Asian. Asian Games yang ke-18 akan digelar di Jakarta-Palembang pada tanggal 18 Agustus sampai 2 September 2018. INASGOC atau Indonesia Asian Games 2018 Organizing Committee adalah komite resmi yang dibentuk oleh Pemerintah Indonesia setelah ditunjukkannya Indonesia sebagai tuan rumah Asian Games 2018.

Sejak tahun 2016 INASGOC berfokus untuk merampungkan revitalisasi berbagai lokasi pertandingan yang akan diadakan di 4 Provinsi yakni Daerah Khusus Ibukokta Jakarta, Provinsi Sumatera Selatan, Jawa Barat, dan Banten pada tahun 2018, dengan 3 maskot yang mewakili dari 3 daerah Indonesia yaitu Bhin-Bhin adalah burung cendrawasih yang mempresentasikan strategi, menggunakan rompi dengan motif Asmat dari Papua . Atung seekor rusa bawean yang mempresentasikan kecepatan, mengenakan sarung dengan motif Tumpal Jakarta. Kaka adalah seekor badak bercula yang mempresentasikan kekuatan, menggunakan baju tradisional dengan motif bunga khas Palembang. (<http://asiangames2018.id>)

## B. Kerangka Pikir



Dalam sebuah logo terdapat pesan yang disampaikan secara tidak langsung kepada masyarakat. Pesan yang disampaikan sangat luas untuk menyampaikan maksud dari simbol-simbol yang terdapat dari logo Asean Games 2018.

Asean Games merupakan olimpiade olahraga terbesar yang melibatkan beberapa negara Asean untuk berpartisipasi dalam ajang bergengsi tersebut. Ada beberapa hal yang menjadi ciri khas event tersebut yaitu dari logo dan ikonnya. Peneliti ingin menganalisis tentang makna logo Asean Games 2018 tersebut.

Semiotika merupakan sebuah studi yang mempelajari tentang makna suatu tanda. Tanda terbagi menjadi dua yaitu verbal dan non verbal. Dalam analisis ini peneliti menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes, model ini menggunakan dua tatanan signifikasi yaitu penanda dan pertanda.