

**KAJIAN SEMIOTIKA LOGO APLIKASI MEDIA SOSIAL**

**SKRIPSI**

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) Program Studi  
Pendidikan Bahasa Indonesia*

Oleh:

**SUKMA NIARTY**

**NPM. 1502040183**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2019**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

BERITA ACARA

Ujian Mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata I  
Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Sabtu, 28 September 2019, pada pukul 07.30 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa :

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Skripsi : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

Ditetapkan : ( ) Lulus Yudisium  
( ) Lulus Bersyarat  
( ) Memperbaiki Skripsi  
( ) Tidak Lulus

Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Ketua,



Sekretaris,

Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.

Dra. H. Syamsuurnita, M.Pd.

ANGGOTA PENGUJI:

1. Prof. Dr. Hj. Alesyanti, M.Pd., M.H.

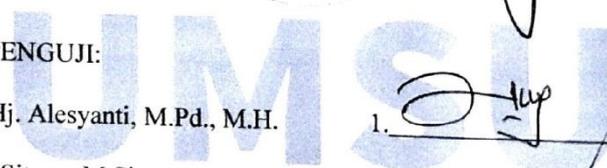
1.

2. Drs. Tepu Sitepu, M.Si.

2.

3. Enny Rahayu, S.Pd., M.Hum.

3.

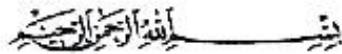




**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website - <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**



Skrripsi ini yang diajukan oleh mahasiswa di bawah ini :

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Skripsi : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

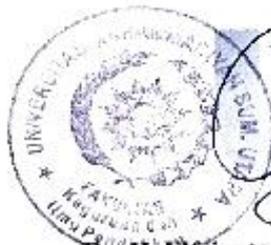
sudah layak disidangkan.

Medan, 19 September 2019

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing,

Eddy Rahayu, S.Pd., M.Hum.

Diketahui oleh:



Dekan

Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd

Ketua Program Studi,

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.

## ABSTRAK

**Sukma Niarty. 1502040183. Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial. Skripsi. Medan: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2019.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna ikon, indeks dan simbol yang terdapat pada Logo Aplikasi Media Sosial. Dari Logo Aplikasi Media Sosial sebagai perusahaan tentunya memiliki beberapa aspek yang berpengaruh diantaranya adalah bentuk desain komunikasi visual dan warna. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan kajian semiotika. Sebagaimana besar penelitian ini adalah murni analisis dari peneliti sendiri dengan sebagai data sekunder serta didukung oleh studi kepustakaan dengan melihat pengalaman-pengalaman, serta karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian ini untuk melengkapi data yang telah ada atau sebagai bahan pertimbangan. Hasil dari penelitian ini adalah dapat disimpulkan yang terdiri dari semiotika teori Charles Sanders Peirce terdiri dari tiga yaitu makna ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dapat pula dikaitkan, ikon adalah tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkan. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya atau disebut juga tanda sebagai bukti, simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya.

***Kata kunci : Logo, Aplikasi Media Sosial, Semiotika; Charles Sanders Peirce***

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.*

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur peneliti sampaikan ke hadirat Allah Swt yang telah memberikan hidayah-Nya hingga peneliti menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial”**.

Shalawat serta salam peneliti ucapkan kepada junjungan Nabi Muhammad Saw yang telah memperjuangkan umat manusia ke jalan yang benar sehingga sampai saat ini kita masih merasakan perjuangannya dan harapan semoga kita mendapat syafa'at di hari akhirat nanti.

Skripsi ini adalah bagian dari tanggung jawab peneliti yang dianugerahkan Allah Swt, dapat mengenyam pendidikan di perguruan tinggi sekaligus untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pendidikan, Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa banyak mengalami kesulitan karena terbatasnya pengetahuan, pengalaman dan buku yang relevan. Namun, motivasi yang baik dari keluarga, dosen serta teman-teman sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin.\

Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahannya, bimbingan, dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga, terutama kepada yang paling istimewa, peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada Ayahanda **Drs. Suparjan S.Pd** dan Ibunda **Tuti Aspidar S.Pd** yang telah mendidik, dan yang selalu mendukung tanpa henti memberikan semangat dengan penuh cinta dan kasih sayang dan selalu mendoakan peneliti sehingga dapat menyelesaikan pendidikan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun ucapan terima kasih secara khusus juga peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak **Dr. Agussani, M.AP.** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak **Dr. Muhammad Arifin, M.Hum.** selaku Wakil Rektor I Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak **Dr. H. Elfrianto Nasution, M.Pd.** selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu **Dra. Hj. Syamsyurnita, M.Pd.** Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan sebagai Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan nasehat sampai semester akhir.
5. Bapak **Dr. Mhd. Isman, M.Hum.** selaku ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Ibu **Aisyah Aztry, M.Pd.** sekretaris Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu **Enny Rahayu, S.Pd., M. Hum** Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. **Bapak dan Ibu Dosen** Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia yang telah membagikan ilmu kepada peneliti selama di bangku perkuliahan.
9. **Pegawai Biro** di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Adik saya **Surya Adinata** yang telah membantu saya, memberikan semangat, dukungan motivasi, dan selalu mendoakan saya.
11. Buat orang yang terdekat dengan saya **Ade Riky Kesuma Putra S.E** yang selalu ada dan terus memberikan saya semangat.
12. Kepada teman sahabat saya **Juli Tantry Pasaribu dan Erika Handayani Nasution** yang selalu membantu dalam hal tugas perkuliahan dan memberikan saya semangat.
13. Buat teman-teman seperjuangan dikampus dan semua pihak yang telah banyak membantu saya untuk selesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak semoga amal ibadah selalu diridhoi dan mendapat imbalan dari Allah Swt. Ilmu yang peneliti peroleh berguna bagi peneliti sendiri dapat disumbangkan kepada keluarga, masyarakat, bangsa, dan negara. Amin ya Robbal a'alamin.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Medan, 19 September 2019

Peneliti

**Sukma Niarty**

**1502040183**

## **DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORETIS.....</b>	<b>7</b>
<b>A. Kerangka Teoretis .....</b>	<b>7</b>
1. Logo.....	7
a. Pengertian Logo.....	7
b. Logo sesuai unsur pembentukannya.....	10

2. Semiotika.....	14
a. Macam-macam semiotika.....	16
b. Semiotika Charles Sanders Peirce.....	18
c. Elemen-elemen dalam komunikasi visual suatu logo .....	21
<b>B. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>22</b>
<b>C. Pernyataan Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
B. Sumber Data dan Data Penelitian.....	27
1. Sumber Data.....	27
2. Data Penelitian .....	27
D. Metode Penelitian .....	27
E. Variabel Penelitian .....	28
F. Definisi Operasional Variabel .....	28
G. Instrumen Penelitian .....	29
H. Teknik Analisis Data.....	31

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
A. Deskripsi Data Penelitian .....	33
B. Analisis Data .....	34
C. Hasil Data Penelitian .....	43
D. Keterbatasan Penelitian .....	43
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>44</b>
A. Kesimpulan .....	44
B. Saran .....	45
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>46</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>47</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Creating Color Scheme .....	13
Tabel 3.1 Rencana Pelaksanaan Penelitian .....	25
Tabel 3.2 Logo Aplikasi Media Sosial .....	29
Tabel 4.1 Logo Aplikasi Media Sosial .....	35

## **DAFTAR BAGAN**

Tabel 2.1 Kerangka Konseptual Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial .....	23
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	From K1 .....	47
Lampiran 2	From K2 .....	48
Lampiran 3	From K3 .....	49
Lampiran 4	Berita Acara Bimbingan Proposal .....	50
Lampiran 5	Lembar pengesahan Proposal .....	51
Lampiran 6	Surat Permohonan Seminar Proposal .....	52
Lampiran 7	Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal .....	53
Lampiran 8	Surat Keterangan Menyelesaikan Seminar .....	54
Lampiran 9	Surat Pernyataan Plagiat .....	55
Lampiran 10	Surat Mohon Izin Riset .....	56
Lampiran 11	Surat Balasan Riset .....	57
Lampiran 12	Surat Keterangan Turnitin .....	58
Lampiran 13	Berita Acara Bimbingan Skripsi .....	59
Lampiran 14	Lembar Pengesahan Skripsi .....	60
Lampiran 15	Berita Acara .....	61
Lampiran 16	Daftar Riwayat Hidup .....	62
Lampiran 17	Logo Aplikasi Media Sosial .....	63

# **BAB I**

## **PADAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Media sosial ialah berupa media online, yang akan dimanfaatkan menjadi wahana sosial, para penggunaan pengguna tersebut dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, memberitaukan informasi, networking, atau serupa halnya dengan banyaknya sekali aktivitas atau lainnya. Pada media sosial juga biasanya menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang mana mampu menjadikan sesuatu komunikasi kedalam acuan dialog interaktif. Dan pada media sosial “sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas ideologi dan teknologi Web 2,0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*” (Kaplan & Haenlein, 2010).

Kemajuan ternologi yang muncul dan mendominasi keterkaitannya dengan bahasa terdapat pada media internet atau lebih spesifik pada media sosial. Media sosial sendiri dapat disebut sebagai media *online* yang diciptakan melalui kecanggihan teknologi terkini dan dapat membuat para penggunanya dengan mudah saling berhubungan atau berpartisipasi baik dalam bentuk forum, obrolan dan penggambaran visual suatu bahasa. Sosial media memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lainnya. Ada banyaknya sesuatu di media sosial yang masih terjadi perkembang mulai sekarang ini yaitu Instragram, Twitter, Line, Facebook, Youtube, atau lainnya.

Michael Cross (2013) Mengatakan penghubung media sosial ini menjadi kata yang mewujudkan berbagai-bagai bentuk teknologi adapun digunakan sebab menggabungkan seseorang tersebut ke dalam arah suatu kolaborasi, dan saling menukar-nukar pemberitahuan, ataupun berinteraksi melalui ialah sesuatu pesan yang berbasis web. Di karenakan internet ini sering menjalani berkembangannya akibat sebab itu berjenis-jenis teknologi dan fitur yang disediakan bagi pengguna juga sering menjalani perubahan. Keadaan tersebut menciptakan media sosial bertambah hypernym perbandingan menciptakan referensi khusus terhadap berbagai proses dan sesuatu. Pada seseorang ini pastikan memiliki impian bermacam-macam motivasi untuk menggunakan media sosial. Dan hanya itu saja sekedar untuk berinteraksi dengan orang lain, atau untuk berusaha perkembangan sesuatu pada saat ini, dan untuk berbagai pemberitahuan meskipun untuk memperhatikan salah satu yang ada seperti *trend* detik ini ialah memilih media sosial menjadi bentuk eksistensi diri.

Jeflanis, mengatakan (1995:367) logo menjadikan menciptakan simbol yang dirancang untuk mewakili karakter atau menjadikan identitas dari sebuah perusahaan. Logo menjadikan bentuk ekspresi atau bentuk visual dan konsepsi perusahaan, produk, organisasi, meskipun insitusi serta menjadi simbol visual yang mempunyai bentuk yang bermula sejak nilai strategi perusahaan yang berhubungan.

Logo menjadikan sesuatu berupa gambar ataupun sekedar sketsa beserta maksud tertentu dan mewakili sesuatu maksud dari perusahaan, daerah, perhimpunan, produk, Negara atau yang lainnya yang menganggap memerlukan

waktu yang cepat dan dimengerti seharusnya ganti dari nama sesungguhnya Kusrianto, Adi (2009:2).

Pada penelitian ini logo aplikasi media sosial ini dapat dikaitkan dengan analisis semiotika. Dan dimana analisis semiotika menjelaskan bahwa mengenai ilmu pengetahuan yang mempelajari sebuah tanda yang di dalamnya terdapat tanda makna tersembunyi. Pada logo media sosial ini bertujuan untuk mengenal makna, tanda ataupun simbol-simbol yang ditemukan pada logo tersebut, dan mengetahui makna ikon, indeks dan simbol pada logo aplikasi media sosial. Oleh karena itu penjabaran sebelumnya, peneliti tertarik membuat penelitian dengan judul **"Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial"**

## **B. Identifikasi Masalah**

Masalah ini merupakan sesuatu yang harus diselesaikan. Identitas masalah adalah suatu proses pengumpulan persoalan yang bersangkutan serta masalah yang akan diteliti. Dan hal ini tersebut mempunyai tujuan agar mempermudah peneliti dalam melakukan penelitiannya. Menurut latar belakang masalah yang sudah dijelaskan pada diatas, ada beberapa masalah yang dapat di idenfikasi dalam penelitian ini yaitu:

1. Terdapat makna icon pada logo Apliaksi Media Sosial.
2. Terdapat makna indeks pada logo Aplikasi Media Sosial.
3. Terdapat makna simbol pada logo Aplikasi Media Sosial.

## **C. Batasan Masalah**

Pada batasan masalah penelitian ini harusnya mempunyai batasan masalah. Dengan batasan masalah yang ada, pada penelitian yang telah dikaji dapat terarah dan tidak menjadi masalah yang akan diteliti sehingga pada tujuan yang dimaksudkan peneliti dapat tercapainya tujuan yang diteliti. Oleh sebab itu peneliti ini hanya difokuskan pada makna logo Aplikasi Media Sosial, fb, twitter, line, tantan, bigo live, messenger, whatsApp, tik-tok, tinder, instagram, snapchat. Makna logo pada Aplikasi Media sosial tersebut, dianalisis dengan memakai teori Charles Sanders Peirce yaitu berupa tanda yang terdapat dari icon (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol).

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada identifikasi dan pembatasan masalah diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana makna ikon yang terdapat dalam logo Aplikasi Media Sosial ?
2. Bagaimana makna indeks yang terdapat dalam logo Aplikasi Media Sosial ?
3. Bagaimana makna simbol yang terdapat dalam logo Aplikasi Media Sosial ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan makna icon pada logo Aplikasi Media Sosial.
2. Untuk mendeskripsikan makna indeks pada logo Aplikasi Media Sosial.
3. Untuk mendeskripsikan makna simbol pada logo Aplikasi Media Sosial.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Pada penelitian ini diharapkan bertambahnya ilmu dan mengembangkan pengetahuan secara luas atau diwaktu yang akan tiba selanjutnya, di karenakan penelitian ini mampu menambah wawasan pengetahuan mengenai makna yang terdapat dari sebuah logo tersebut.
2. Penelitian ini dapat dijadikan informasi dan gambar tentang ilmu semiotika
3. Penelitian ini berharap masyarakat atau pun sekitarnya agar dapat lebih mengerti mengenai makna yang terdapat pada simbol maupun logo alat komunikasi non verbal.

4. Pada penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai referensi bagi penelitim lainnya khususnya pada berkaitan dan pendekatan semiotika.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORETIS**

#### **A. Kerangka Teoretis**

##### **1. Logo**

###### **a) Pengertian Logo**

Asal mula dari kata logo yaitu dari bahasa Yunani *logos*, yang berartikan kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Sebelumnya yang lebih dulu atau pertama ialah logotype, bukan logo. Pada pertama kalinya istilah yang didesain menggunakan teknik istimewa beserta memakai teknik letting dan menggunakan jenis huruf atau angka yang tertentu. Maka demikian itu awalnya bentuk logotype ialah elemen tulisan saja.

Pada umumnya perkembangan seorang menciptakannya semakin unik atau berlainnya satu dengan lain. Dan mereka juga mengelolah huruf tersebut, dengan dibuatnya elemen-elemen seperti gambar, ataupun tulisan dan gambar bercampur menjadi satu atau semua itu masih banyak lagi yang menyebutkan dengan sebutan *logotype*,

Pada logo ini sebagai simbol yang digunakan untuk menyampaikan hal-hal penting nama citra perusahaan desain gambar logo ini menjadikan sesuatu hal yang sangat utama kadangkalanya untuk menjadikan sesuatu gambar logo yang tercantum di dalamnya nama maksud yang sesuai oleh budaya atau misi perusahaan ini yang diperlukan dalam konsultan dan desainer khusus yang sebenar-benarnya dan mengetahui dari teknik atau makna dalam menjadikan

sesuatu logo harap menguarkan”goal” yang berbentuk yaitu citra yang positif diawali dengan mempunyai memiliki daya cipta.

Pada visualisasi, logo ini merupakan suatu bentuk gambar hal berupa yaitu mempunyai unsur bentuk ataupun warna. Sebab itu ciri khas dari apa yang dimiliki oleh logo berlainnya satu dengan yang lainnya, sebab dari itu sepantasnya logo ini mempunyai bentuk atau rupa yang berlainnya. Pada pengguna logo tersebut yang populer sekarang ialah pertamanya hanyalah sekedar berbentuk lambang, simbol, dan mascot dan memiliki identitas terdapat kelompok, suku, bangsa, atau Negara. Dari suku-suku banga tersebut di sebelumnya sering memakai mascot binatang serupa beruang, burung, rajawali, dan kuda dengan menjadi simbolik mereka. Mascot yang diatas diambil sebagai dari apa saja yang disukai dan disekeliling mereka.

Logo menjadikan elemen-elemen yang lebih terpenting untuk menciptakan perusahaan dan badan-badan hukum lainnya. Didalamnya logo ini ditemukan maksud atau dituju dari logo tersebut. Baik berupa warnanya, gambarnya, tulisanya serta prosesnya. Philip Kotler (941:1991) mengatakan bahwa “logo adalah bagian *merk* yang bisa dikenal dan tak terucaplan misalnya, *synol* rencangan atau warna dan huruf yang berbeda dengan yang lain”.

Logo ini merupakan visi menyampaikan citra positif melewati menciptakan tampilan kesederhanaan dalam bentuk simbol. Logo menjadikan representasi visi atau misi yang digambarkan dalam perangkat teknis dimana serupa gambar, warna atau bentuk, malahan melalui bentuk bahasa serupa logo aplikasi media

sosial. Dan setiap logo terdapat makna dan tanda baik itu bentuk meskipun warna. Makna pendapat menurut Shimp (2013:145)

Pada logo bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan competitor/pesaing. Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar itu bias berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Oleh karena itu sifat dari apa yang dimiliki oleh logo berbeda satu sama lain, maka sebaiknya logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula.

Penggunaan pada logo yang dikenal saat ini awalnya hanyalah sekedar berupa lambing, symbol, atau mascot yang merupakan identitas suatu kelompok, suku, bangsa, atau Negara. Suku-suku bangsa dan kuda sebagai simbolik mereka, Maskot-maskot tadi diambil dari apa saja yang dikagumi di sekeliling mereka. Ciri-ciri logo yang efektif:

1. Memiliki sifat unik. Tidak mirip dengan logo lain sehingga orang tidak bingung karena logo mirip desain lain yang sudah ada.
2. Memiliki sifat yang fungsional sehingga dapat dipasang atau digunakan dalam berbagai keperluan.
3. Bentuk logo mengikuti kaidah-kaidah dasar desain (misalnya bidang, warna, bentuk, konsistensi, dan kejelasan).
4. Mampu mempresentasikan suatu perusahaan/ lembaga atau suatu produk,

Pada umumnya permulaan logo ini diajukan hanya sekedar alat pembedaan sebuah produk lain nya terpenting bagi yang serupa dan yang berpindah bagian

suatu bidang yang bersamaan. Sesudah itu penerapannya menyebar menjadi acuan untuk memperlihatkan kualitas, kemurnian atau keyakinan dan sesuatu perusahaan.

## 2. Logo sesuai Unsur Pembentuknya

Unsur pembentukan logo terdapat menjadi empat kelompok. Namun demikian ini kelompok-kelompok tersebut ini bisa menggabungkan sehingga mengandung unsur campuran, ialah:

a) Terdapat logo dalam bentuk *alphabetical*

Logo tersebut yang terdapat dari bentuk huruf-huruf dan dimaksud untuk mewujudkan bentuk huruf dan gabungan dari bentuk huruf

b) Terdapat logo dalam bentuk benda kongket

Bentuk benda kongket ini, contohnya (seseorang tokoh, mimic wajah, bentuk objek tubuhnya yang menarik), bentuk hewan, tumbuhan, alat kelengkapan, ataupun benda dan lain-lain.

c) Terdapat logo dalam bentuk abstrak, *polygon*, spiral

Dalam logo abstrak tersebut mempunyai elemen-elemen yang menjadikan bentuk abstrak, bentuk geometri, spiral, busur, segitiga, bujur sangkar, *polygon*, titik-titik, garis, panah, beberapa macam bentuk-bentuk lengkung, atau bentuk ekspresi.

d) Terdapat logo dalam bentuk simbol, nomor dan elemen lainnya

Berbagai macam bentuk atau gambar yang telah banyak dikenal untuk mewujudkan suatu serupa hati, tanda silang, tanda plus, tanda petir, tanda notasi musik atau sebagainya.

e) Logotype

Pada *logotype* ini ialah tanda gambar (*picture mark*). Sebab *logotype* ialah gambaran dari (*word mark*). Akibatnya, *logotype* menyerupai tulisan khas yang menentukan kepada nama dan merk.

Sebuah logo harus memiliki ciri khas seperti warna dari bentuk logo.

Ada pun elemen-elemen pembentukan logo antara lain:

1. Bentuk

Bentuk menjadikan wujud rupa sesuatu, biasa berupa segi empat, segi tiga, bundar, elips, dan lainnya. Bentuk menjadikan elemen yang tidak kalah penting disbanding elemen-elemen lainnya, mengingat bentuk-bentuk geometris biasa menjadikan symbol yang membawa nilai emosional tertentu.

2. Garis

Garis menjadikan unsur pembentukan sebuah gambar. Garis memiliki dimensi memanjang serta memiliki arah. Garis memiliki sifat-sifat, seperti pendek, panjang, *vertical*, *horizontal*, lurus, lengkung, berombak, putus-putus, bertekstur, dan sebagainya. Menurut Adi Kusrianto (2007), goresan suatu garis memiliki arti kesan berikut:

- a. Garis tegak: Kuat, kokoh, tegas, dan hidup
- b. Garis Datar: Lemah, tidur, dan mati garis lengkung: Lemah, lembut, mengarah.
- c. Garis Miring: sedang menyudut garis berombak : halus, lunak, berirama.

### 3. Warna

Warna menjadikan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga menjadikan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira atau semangat dan lain-lain.

Molly E. Holzschlag, seorang pakar tentang warna, dalam tulisannya “Creating Color Scheme” membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika membarikan respon secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Creating Color Scheme**

<b>Warna</b>	<b>Respons Psikologis yang mampu ditimbulkan</b>
Merah	Kekuatan, betenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaharuan
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, ketidak jujur/kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
Ungu	Spiritual, mestiri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
Abu-abu	Intelek, Futuristic, modis, kesenduan, merusak.
Putih	Kemurnian/suci, bersih, kecermatan, innocent (tanpa dosa), steril, kematian.
Hitam	Ketuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, kegangguan

### 3. Semiotika

Menurut cabang ilmu semiotika tanda berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang di arti “tanda” (Sudjiman dan van Zoest, 1996:vii) dan *seme* tersebut mengandung “penafsir tanda” (Cobley dan Jansz, 1999:4), Semiotika mendalam dari penelitian klasik dan skolastik dari seni logika dan retorika (Kurniawan, 2001:49). Semiotika ialah penelitian bidang berhubungan dengan tanda (*signs*) atau simbol yang menjadikan tradisi utama bagian proses tradisi komunikasi. Tradisi semiotika mencakup pendapat pertama berhubungan menanyakan objek, ide, situasi, suasana, perasaan dan sebagainya yang berada di luar diri.

Semiotika adalah ilmu ilmu yang mempelajari tanda (*sign*). Berfungsinya tanda, prodeksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain (Tinar buku, 2009:12).

Palmer (terjemahan Abdullah Hasan, 1989:2) menurut bahwa semiotika atau semiology mendalami kepada teori lambang atau perlambangan secara umum. *Eagleton* (terjemahan Muhammad Hj. Saleh,1988:110) mendefenisikan semiotika sebagai kajian lambang- lambang yang sistematis.

Semiotika yaitu suatu pengetahuan atau metode analisis dapat mempelajari menciptakan tanda. Dalam tanda-tanda ini ialah perlengkapan yang saat ini digunakan bagian usaha menempuh jalan di dunia ini, di sekitar manusia atau bersama-sama manusia. Tanda-tanda yang berada di mana-mana, kata ialah suatu

tanda menunjukkan bentuk isyarat. lampu lalu lintas atau lainnya (Zoest dalam Kaelan,2009:162).

Studi ini mengenai tanda dan makna selain itu menyerahkan jalan dan usaha mengembangkan dalam menelaah komunikasi tetapi juga mempunyai efek lebih tinggi ke hampiran setiap aspek (perspektif) yang dilakukan bagian teori komunikasi. John Powers (1995) mengatakan pesan mempunyai tiga bagian ialah: (1) tanda dan simbol : (2) bahasa dan: (3) wacana (*discourse*). Mengatakan, tanda ini menjadikan dasar bagi semuanya komunikasi. Tanda ini menunjukan dan membentuk pada suatu yang bukan dirinya sendiri, padahalnya pada makna dan maksud ialah ikatan antara objek dan ide dengan tanda. Pada tanda menyatakan sesuatu kecuali dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) yaitu ikatan dengan suatu objek, ide atau suatu tanda (Littlejohn,1996:64).

Dengan menyatakan, semiotika lantas berurusan dengan tanda dan makna. Semiotika ini serupa ujar Lechte (2001:191), ialah teori perihal tanda, penandaan atau makna dan lebih jelasnya lagi, semiotika ialah sesuatu ketaatan yang menyelidik dari segala bentuk komunikasi menjadikan bagian sarana *signs* ‘tanda-tanda’ atau bersumber pada *sign sytem (code)* susunan tanda (Segers, 2000:4). Hjelmslev (dalam Christomy, 2001:7) mendefenisikan tanda semacam “suatu hubungan dengan ekspresi. Cobley atau Jansz (1999:4) menyebutkan seharusnya pengetahuan analisis tanda atau studi perihal bagaimana sistem penandaan berfungsi.

Terkadang kita menjalanin sebuah aktifitas kita bisa mendapatkan sebuah tanda dalam berjumlah banyak. Contoh mulai dari bangun tidur sampai dengannya naik ke tempat tidur pada di malam hari. Menghidupkan sebuah jam alarm yang mengerkuarkan berbunyi pada di pagi nuta memberi isyarat menyatakan pukul 5.00 WIB, contoh di jalan raya berbunyi klakson kendaraan di belakang anda dan dalam perjalanan tanda bergiliran menayapa anda. Di saat kita terlelap di tempat tidur pun, kita bisa bersentuhan dengan tanda yaitu mimpi. Apalagi ketika kita manafsirkan mimpi yaitu mimpi meninggalnya oraang tersebut itu di artikan bawah umurnya panjang.

Benda-benda tersebut yang disikapi menyatakan tanda itu memberikan objek kajian semiotika. Cermatilah menyatakan semua ada yang tadi disebutkan, dilihat dalam kehidupan manusia menjadi makhluk sosial, adalah waktu kita interaksi dengan orang lain ataupun sekitarnya, dengan cara langsung ataupun tidak langsung ; paling tidak, sebagai paling besarnya terdapat dalam interaksi sosial. Benderah kuning tadi contohnya, memberi isyarat kepada semua orang yang mengetahui ternyata seorang anggota masyarakat di sana sudah tiada atau sudah meninngal dunia.

#### **4. Macam-macam Semiotika**

Hingga sekarang ini, semiotika diperoleh sembilan jenis-jenis semiotika yang kita ketahui masa saat ini (Pateda, dalam Sobur, 2004). Jenis - jenis semiotika ini misalnya: semiotika analitik, deskriptif, *faunal zoosemetic*, kultural, naratif, narural, normative, sosial , structural.

1. Semiotika analitik menjadikan semiotika yang menganalisis susunan tanda. Pierce menyebutkan mengirah semiotika berobjekkan tanda menganalisisnya dibuat ide, obyek dan makna, ide mampu disebutkan serupa lambang, meskipun makna ialah sesuatu yang diperoleh bagian lambang yang mengacu pada obyek tertentu.
2. Semiotika deskriptif ialah semiotika yang memperlihatkan susunan tanda yang dapat kita alami masa saat ini meski ada tanda yang sejak dulu tetap serupa yang dilihatnya sekarang..
3. Semiotika *faunal zoosemetic* menjadikan semiotika yang khusus mengamati susunan tanda yang diperoleh dengan hewan. Semiotika kultural menjadikan semiotika yang khusus mempelajari susunan tanda yang ada bagian kebudayaan masyarakat.
4. Semiotika naratif ialah semiotika yang membicarakan susunan tanda dalam narasi yang memiliki mitos atau cerita lisan (*folklore*).
5. Semiotika natural dan semiotika yang khusus mempelajari susunan tanda yang dihasilkan oleh alam. Semiotika normative menjadikan semiotika yang khusus membicarakan susunan tanda yang dilakukan oleh manusia yang berwujud norma-norma.

Semiotika sosial menjadikan semiotika yang khusus mempelajari susunan pada tanda yang didapatkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik itu lambang kata maupun lambang rakaian kata berbentuk kalimat. Semiotika

structural ialah semiotika yang khusus mempelajari susunan tanda yang dimaifestasikan melewati struktur.

Dari jenis semiotika diatas penulis menggunakan metode analisis semiotika (Semiotika analisis). Dengan cara ini penulis menganalisis sebuah tanda dan memberikan makna atau tanda dalam lambang - lambang yang terhadap pada teks maupun gambar.

## **5. Semiotika Charles Sanders Peirce**

Pada tokoh Charles Sanders Pierce lahir pada tanggal 10 september pada tahun 1839 di Cambridge, Massachusetts, Amerika Serikat. Dia seseorang lelaki ilmunan di bidang ilmu Matematika dan ilmu fisika. Charles Sanders Peirce ternyata lebih dikenal banyak orang sebagai seseorang filsafat atau ahli pakar di bidang semiotika yang berperan besar bagian mengembangkan ilmu pengetahuan baik itu pengetahuan eksakta ataupun pengetahuan sosial.

Peirce populer atau disebut (terkenal) sebab teori tanda atau pun maknanya. Terdapat di dalam lingkup semiotika, Peirce, sebagai halnya mengatakan Lechte (2001:227), sering kali mengerjakan bahwa sebagai umum tanda ialah yang mewakili sesuatu bagi seseorang. Perumusan yang terlalu sederhana ini menyalahi kenyataan tentang adanya sesuatu fungsi tanda-tanda A memperlihatkan suatu fakta (dan objek B), pada penafsirannya, ialah C. Karena sebab ini, pada tanda itu tidak pernah berbagai sesuatu entitas yang sendiri, akan tetapi yang mempunyai dari tiga aspek lainnya. Peirce memberitahukan bahwa tanda itu sendiri menjadikan berupa misalnya dari pertama, objeknya ialah dua, lalu penafsirannya unsur pengantara ialah misalnya dari tiga. Penafsiran ini ialah

unsur yang ada untuk menjadikan tanda bagian objeknya (induksi, deduksi, dan penangkapan (hipotesis) menjadikan tiga jenis penafsiran pada utama).

Sedangkan Peirce menyatakan pengetahuan yang dikembangkan semiotika (*semiotics*). Menurut Peirce pada mahir pakarnya filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan yaitu dengan adanya lewat tanda. Dengan yang dimaksud, manusia ini hanya bisa mengerti atau paham yaitu lewat tanda, Dalam hal pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika mampu dijelaskan pada seluruh macam tanda (Berger,2001:11-12). Adapun dalam perihal berkembang berikutnya, sebutan kata semiotika lebih terkenal dari pada semiologi.

Pada dasarnya, objek Peirce membagikan tanda terdiri dari *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). *Ikon* ialah tanda yang ikatan dalam penanda dan tandanya mempunyai sifat sejeis gambaran alamiah. Atau secara kata lain, *ikon* ialah ikatan dalam tanda dan objek dan acuan yang mempunyai sifat kesamaan: contohnya, foto dan lukisan. *Indeks* ialah tanda yang memperlihatkan adanya ikatan alamiah antara tanda dan petanda yang mempunyai sifat kausal dan ikatan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Misalnya yang dimaksud yaitu asap pertandanya adanya api. Tanda ini dapat mengacu dalam *denotatum* menempuh konvensi. Tanda serupa ini ialah tanda konvensional yang biasa dinyatakan simbol. Berdasarkan, simbol yaitu tanda yang memperlihatkan ikatan alamiah antara penanda dengan tandalainnya.

Menurutnya teori Pierce (Noth, 1995:45.16-17), bentuk tanda-tanda bagian gambar dapat digolongkan ke dalam makna atau tanda yaitu ikon, indeks dan simbol.

### 1. Ikon

Ikon ialah tanda yang menyerupai oleh objek yang diwakilinya. Dan dapat pula dikaitkan, ikon ialah tanda yang mempunyai ciri-ciri bentuk yang bersamaan yang ialah diartikan. Contohnya, foto Sri sultan Hamengkubuwono dalam Raja Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat ialah ikon Sultan. Peta Yogyakarta ialah ikon dari wilayah Yogyakarta yang digambarkan bagian peta tersebut. Cap jempol Sultan adalah ikon dari ibu jari Sultan.

### 2. Indeks

Indeks ialah menjadikan sebuah tanda yang mempunyai ikatan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya dan disebut juga tanda sebagai bukti. Misalnya: asap dan api, asap memberitaukan bahwa adanya api, lalu seperti awan yang mendung ialah sebagai tanda akan datangnya hujan dan letak telapak kaki di tanah merupakan tanda indeks dari kehadiran seseorang yang memperoleh tanda tangan itu.

### 3. Simbol

Simbol ini menjadikan sebuah tanda yang menurut konvensi, peraturan, dan syarat yang disetujui bersama-sama. Pada simbol baru tersebut mampu diketahui jika seseorang telah paham maksud yang sudah diujui sebelumnya. Contohnya: Hati ialah melambangkan adanya rasa cinta kepada seseorang dan Garuda Pancasila bagi bangsa Indonesia ialah burung yang mempunyai perlambangan yang

arti makna. Lalu bagi orang yang mempunyai latar budaya berlain, serupa orang Eskimo, contohnya, Garuda Pancasila Hanya diketahui sebagai burung elang.

Analisis dari semiotika ini bertujuan usaha untuk mendapatkan makna dan tanda di balik tersembunyi pada logo. Tanda. Peirce menyebutkan (Berger,2000 b:14, dalam Sobur, 2006:34-35): Menandakan bahwasannya tanda-tanda yang bersangkutan oleh objek-objek yang menyamain, kehadirannya mempunyai ikatan sebab akibat dengan tanda-tanda dan dikarena hubungan konvensional oleh tanda-tanda lainnya. Ia memakai sebutan ikon untuk kebersamaanya, indeks untuk ikatan sebab akibat, dan simbol untuk asosiasi konvensional.

## **6. Elemen – Elemen Dalam Komunikasi Visual Suatu Logo**

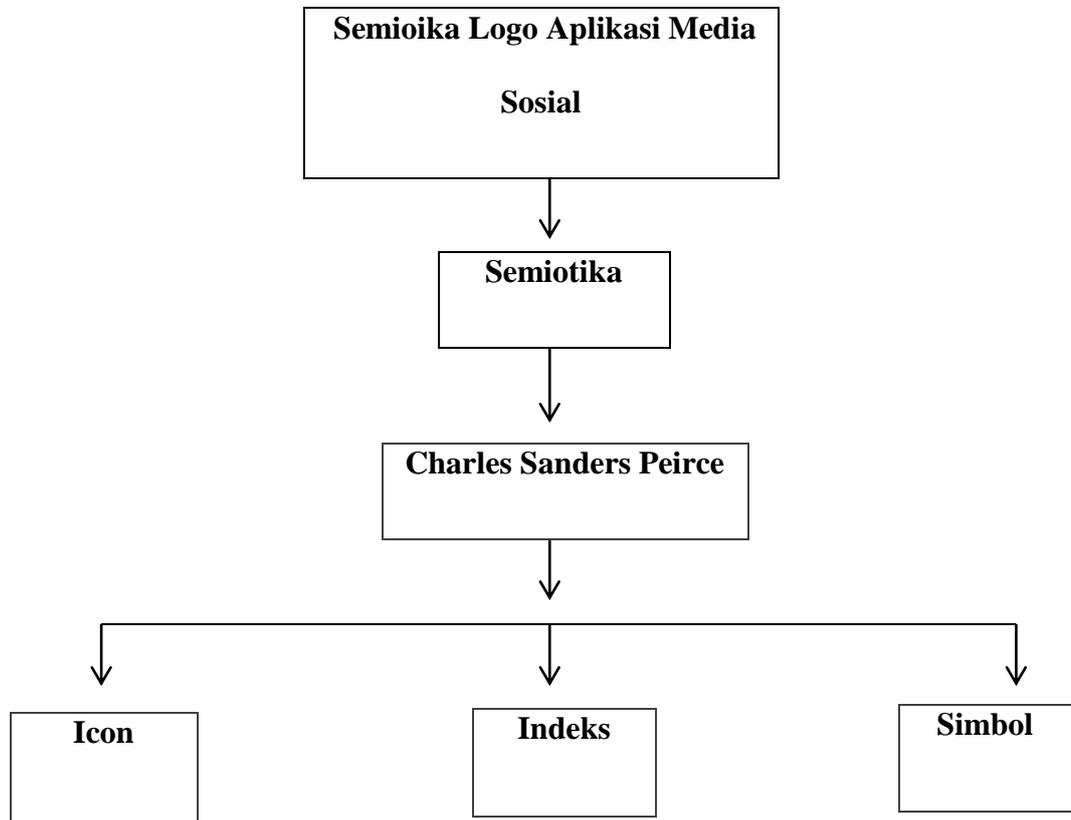
Elemen-elemen bagian dari komunikasi pada suatu logo, antara lain yaitu bentuk, warna dan tipografi.

1. Bentuk yang digunakan di dalam komunikasi visual, serta mempresentasikan suatu karakter dan sifat dari suatu objek dan perusahaan untuk menjadikan arah, tujuan, atau harapan.
2. Warna ini mampu mempresentasikan, menjadikan suatu objek, kejadian, atau perilaku manusia.
3. Tipografi sejenis huruf yang digunakan oleh komunikasi visual pada logo untuk lambang keyakinan optimis, handal, kekuatan, dan lainnya.

## **B. Kerangka Konseptual**

Berdasarkan kerangka teoritis penelitian ini menetapkan konseptual sebagai landasan terhadap masalah penelitian. Landasan yang menampilkan adanya hubungan makna dibalik simbol-simbol keterkaitan antara satu dengan yang lain. Logo ini menjadikan pada simbol yang dibentuk untuk mewakili karakter atau gambar atau menjadi identitas dari sebuah perusahaan. Logo ini menjadikan bentuk ekspresi atau bentuk visual dari konsep perusahaan, produk, organisasi, ataupun intuisi demi menjadikan simbol visual yang mempunyai bentuk yang bersal dari nilai strategis perusahaan yang berhubungan.

Oleh karena itu, dengan memakai teori Charles Sanders Pierce diharapkan mampu mengenal bagaimana makna, ikon, indeks dan simbol yang diperoleh dalam logo sebagai berikut.

**Tabel 2.1 Kerangka Konseptual Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce****Dalam Logo Aplikasi Media Sosial**

### **C. Pernyataan Penelitian**

Pernyataan penelitian dibuat setelah dilakukan rumusan masalah. Adapun pernyataan penelitian dalam penelitian ini adalah Logo Aplikasi Media Sosial yang dapat mengkaji dengan menggunakan kajian yang berbeda, salah satunya yaitu semiotika. Bagian penelitian ini peneliti bermaksud menganalisis memakai teori Charles Sanders Peirce, mengenai makna dan tanda pada logo aplikasi media sosial.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan sehingga tidak membutuhkan lokasi khusus tempat penelitian. Waktu penelitian ini direncanakan pada bulan Maret sampai dengan Agustus 2019. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini.

**Tabel 3.1**  
**Rencana Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	Waktu Penelitian																							
		April				Mei				juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>1</b>	<b>Penulisan Proposal</b>																								
<b>2</b>	<b>Bimbingan Proposal</b>																								
<b>3</b>	<b>Perbaikan Proposal</b>																								



## **B. Sumber Data dan Data Penelitian**

### **1. Sumber Data**

Sumber data ialah subjek penelitian dari mana data diperoleh. Sumber data ada dua macam yaitu:

a. Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini ialah logo aplikasi media sosial.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh melewati kepustakaan yang mana, baik berupa buku, serta bahan tulis yang mana bersangkutan dengan pokok permasalahan yang ada.

## **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian ini yang dicapai oleh penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Meleong penelitian kualitatif ialah penelitian yang menjadikan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik dan secara kauntifikasi lainnya (Meleong, 2012;6). Metode pendekatan kualitatif menggunakan jenis/tipe deskriptif, dan apabila penelitian tersebut dilakukan dalam kurun waktu tertentu pada objek tertentu, maka hal tersebut dapat dikatakan sebagai studi kasus (Bungin,2012;109-110).

Semiotika ini sebagai metode tafsir tanda yang mempunyai sifat yang subjektif, sehingga penelitian serta pendekatan kualitatif adalah yang paling tepat dalam memahami makna logo Aplikasi Media Sosial. Metode ini didasarkan atas pertimbangan akan adanya tujuan penelitian yang setidaknya ingin menguraikan

secara meratakan masalah yang akan diteliti dan diamati saja, akan tetapi juga untuk menjadikan metode deskriptif sebagai pedoman dalam melakukan penelitian makna logo Aplikasi Media Sosial.

#### **D. Variabel Penelitian**

Sugiyono (2016:38) mengatakan bahwa variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam variabel penelitian ini difokuskan pada semiotika Charles Sanders Peirce mengenai bagaimana makna ikon, makna indeks dan makna simbol. pada Logo Aplikasi Media Sosial.

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Semiotika menjadikan studi mengenai tanda (sign) dan simbol suatu ikatan di antara tanda, objek dan makna dan menerangkan esensi, ciri-ciri, dan bentuk suatu tanda, pada proses signifikasi yang menyertainya.
2. Logo aplikasi media sosial adalah sebuah bentuk gambar yang melambangkan suatu produk atau layanan.

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat penelitian dalam penelitian ini melibatkan penelitian sebagai alat pengumpul datanya. Dalam penelitian kualitatif intrumennya adalah peneliti itu sendiri. Hal ini sesuai dengan pernyataan Moelong yang menegaskan penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsiran, dan pelapor penelitian. Selain peneliti itu sendiri, logo aplikasi media sosial merupakan instrumen yang memadai pembahasan tanda dan makna dalam penelitian ini.

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa dokumentasi pada logo aplikasi media sosial mengenai makna, tanda bentuk gambar dan warna. Penentuan jumlah logo aplikasi media sosial terdiri dari 12 logo yaitu facebook, line, whatsapp, til-tok, bigo live, tantan, instagram, snapchat, soundcloud, twitter, messenger, tinder. Lalu peneliti mengkaji logo aplikasi media sosial tersebut dengan teori Charles Sanders Peirce berdasarkan ikon, indeks dan simbol.

**Tabel 3.2**

### **Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial**

Logo	Ikon	Indeks	Symbol




### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data ialah rangkaian menemukan atau menempatkan secara sistematis data yang didapat dari hasil menafsirkan makna atau tanda secara tertulis, , dan dokumentasi, oleh cara mengorganisasikan data ke bagian kategori, menerangkan ke dalam unit-unit, melakuai sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang benar atau yang akan dipelajari, atau membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti oleh diri sendiri ataupun orang lain (Sugiyono,2017:335).

Berdasarkan mengelola data yang diperoleh oleh penelitian ini, di analisis dengan memakai teknik deskriptif kualitatif yaitu menjadikan teknik pemecahan masalah yang diteliti dengan cara membuat atau melukiskan objek keadaan objek atau subjek penelitian. Setelah data diperoleh dan tersusun rapi maka akan dilakukan pengolahan data sebagai berikut:

1. Mengumpulkan buku-buku, jurnal dan sumber pendukung lainnya yang sangat dibutuhkan dalam penelitian.
2. Mengklasifikasi data berdasarkan aspek tanda dan makna (ikon, indeks dan simbol) logo aplikasi media sosial
3. Melakukan analisis data dengan mendeskripsikan aspek tanda dan makna yang terkandung dalam logo aplikasi media sosial
4. Menyimpulkan semua hasil penelitian yang dibuat.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data Penelitian**

Sebelum penulis membicarakan data penelitian tentang logo aplikasi media sosial melalui kajian semiotika Charles Sanders Peirce, terlebih dahulu penulis menyajikan data dalam penelitian ini, peneliti memakai berbentuk table dengan berisikan 12 logo aplikasi media sosial dan menggunakan teori Charles Sanders Peirce yaitu ikon, indeks dan simbol, atau logo aplikasi media sosial memiliki bentuk gambar dan warna yang memiliki makna atau tanda, kemudian dari 12 logo aplikasi media sosial di kaji dalam makna dan tanda, dan di paparkan secara memaparkannya ke bagian suatu bentuk analisis yang tersistematis.

Data penelitian ini mengarahkan kepada identifikasi masalah penelitian yang sebelumnya sudah dirumuskan berhubungan analisis semiotika logo sebagai inti penelitian. Ialah dengan memakai metode analisis semiotika, yang menjadikan hasil dari metode analisis data bagian penelitian kualitatif.

Sebab ini, peneliti memperdalam penelitian ini mengenai apa saja yang membuat hal-hal di atas yang diperoleh dalam logo aplikasi media sosial yang berkaitan dengan ikon, indeks dan simbol yang berpengaruh pada makna atau tanda. Secara itu peneliti memilih teori Charles Sanders Peirce semacam mendukung dalam menganalisis semiotika berhubungan makna dan tanda dari ikon, indeks dan simbol dalam logo aplikasi media sosial.

## B. Analisis Data

Di bawah ini penulis akan menganalisis mengenai makna dan tanda pada logo aplikasi media sosial melalui kajian semiotika teori Charles Sanders Peirce berdasarkan makna dan tanda terdiri dari ikon, indeks dan simbol.

Berikut ini sajian data dan sekaligus mengenai pembahasan tentang data yang berkaitan dengan makna di dalamnya dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 4.1**

### **Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial**

Logo	Ikon	Indeks	Simbol
	Orang yang sedang menunduk ke bawah	Logo aplikasi facebook menunjukan orang yang sedang berdiri dan menunduk kebawah karena sibuk facebook an dengan orang sekitar nya. Dan manfaat facebook ini sebagai tempat untuk mencari teman dan disini kita dapat menjumpai	Warna putih melambangkan bersih dan suci, ringan dan kebebasan. Dan Warna biru warna yang favorit untuk perusahaan yang berharap untuk menyampaikan kehandalan, dapat dipercaya dan komunikasi dan untuk mengekspresika

		teman lama, bisa menjadi media promosi yang efektif, tempat diskusi seperti group, tempat mencari hubungan pacar, sebagai tempat belajar dan bermain.	n otoritas dan organisasi resmi.
	Arial Black	<p>Huruf Arial Black memperlihatkan bentuk huruf yang tebal secara bersamaan dan tidak ada mempunyai perbedaan.</p> <p>Huruf Arial Black ini atau disebut (LINE) memiliki warna hijau.</p>	<p>Warna hijau juga memberikan kesan yang segar, tenang, peduli, seerta ramah lingkungan.</p> <p>Warna ini digunakan oleh perusahaan atau organisasi yang bergerak di perusahaan aplikasi media sosial yaitu Line.</p>

	<p>Memiliki dua mata berwarna hitam dan bergambarkan hewan.</p>	<p>Aplikasi tantan ini lebih dari sekedar aplikasi pencarian teman biasa yang mampu memberikan nilai tambah bagi para pencari pasangan Indonesia. Pada aplikasi tantan terdiri hewan kucing yang diartikan sebagai seorang tersendiri sedang mencari teman atau menjalin hubungan dengan seseorang.</p>	<p>Warna jingga dapat memberikan efek keceriaan, kebahagiaan, keramahan, dan juga kreativitas. Maka perusahaan dari aplikasi tantan ini membuat warna jingga memberikan efek keceriaan dan kebahagiaan karna di dalam aplikasi tantan ini aplikasi untuk mendapatkan jodoh atau hubungan dengan orang tersebut.</p>
	<p>Tampaknya sang burung ini sedang terbang tinggi ke langit dengan kepalah</p>	<p>Burung biru tersebut sedang terbang tinggi di atas bumi melambangkan</p>	<p>Selain menjadi simbol warna untuk laut dan langit, yang berwarna biru</p>

	mendengak ke atas.	kebebasan, harapan, pandangan luas, atau pun berkumpul dengan burung lainnya untuk mencapai tujuan yang sama, burung sedang terbang ini adalah representasi dari kemerdekaan.	juga melambangkan sesuatu yang luas dan tanpa batas. Biru juga menggambarkan rasa tenang, berwibawa, percaya diri dan kesuksesan.
	Lingkaran biru berarti pesan sedang dikirimkan sedangkan biru dengan tanda centang berarti bahwasanya pesan yang sudah dikirim	Pada aplikasi media sosial yaitu facebook baru saja melakukan <i>redesign</i> untuk aplikasi <b>Messenger</b> di smartphone. Messenger di artikan (pengirim pesan), panggilan suara dan panggilan video. Messenger ini terlihat lebih	Dan dengan warna biru yang mungkin terkandung kesan komunikasi, kedamaian, kepercayaan, persahabatan, harmonis, atau lainnya. Pada perusahaan aplikasi messenger ini dapat di artikan sebagai komunikasi,

		ringkas dengan berwarna putih namun masih ada warna biru khas jejaring sosial dengan logo facebook ini.	karna aplikasi messenger ini dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang jauh atau pun sekitarnya.
 <p>WhatsApp</p>	Telepon	Menyerupai Berbentuk telepon fungsi penting bagi aktivitas masyarakat berkomunikasi terhadap orang jauh dan memberitahukan informasi-formasi yang berkaitan.	Kesan alami dan bumi selalu melekat pada warna hijau. Warna ini melambangkan harmoni yang penuh dengan kedamaian, kepercayaan, teknologi
 <p>BIGO LIVE</p>	Menggambarkan hewan dinosaurus yang sedang mengangkat 1 tangan dengan kedua jari nya	Logo aplikasi bigo live dalam bentuk video live streaming yang dikhususkan untuk pengguna smartphone <i>android</i> dan <i>ios</i> . Dalam aplikasi	Warna putih dianggap sebagai kebersihan, kesucian. Warna putih dalam perusahaan bigo live ini

		<p>ini digunakan untuk menyiarkan kegiatan diri sendiri secara online melalui kamera smartphone dan bias di tonton oleh member bigo live yang lainnya.</p>	<p>membuat perusahaan terlebih santun dan bersih dan memiliki integritas yang tinggi</p>
	<p>Nada not 1/8 dan musik</p>	<p>Dalam logo tik tok sebuah aplikasi yang memberikan efek sosial yang unik dan menarik dan dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian dari banyak orang. Selain itu aplikasi tik tok ini untuk membuat video pendek dilengkapi</p>	<p>Warna hitam atau <i>black</i> melambangkan teknologi, kecanggihan, klasik, konseratif. Warna hitam termasuk warna yang netral. Warna hitam ini semakin besar ingin memberikan kesan kekuatan pada perusahaan, maka semakin banyak juga</p>

		<p>dengan dukungan musik yang cukup banyak sehingga pengguna bisa membuat video pendek disertai dengan tarian, gaya bebas dan masih banyak lagi. .</p>	<p>warna hitam dalam desain logo tersebut. Logo tik tok mampu membuat orang-orang merasa lebih cepat lebih sederhana nya mainkan musik atau lagu di dalam aplikasi tik tok tersebut.</p>
	<p><i>Arial Rounded</i> <i>MT Bold</i></p>	<p>Huruf <i>Arial Rounded MT Bold</i> memperlihatkan huruf tebal dan mempunyai di atas nya seperti api yang membara berwarna merah.</p>	<p>Transitional: jenis huruf ini meliputi: <i>Arial Rounded MT Bold</i> dan gambar api berwarna merah melambangkan kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, seta semangat.</p>

	<p>Menggambarkan sebuah lensah kamera</p>	<p>Di bagian pojok kiri atas dengan lingkaran lensa titik putih dan lingkaran di tengah ini mengingatkan pada kamera dan sensor cahaya di <i>smartphone</i> modern, ketimbang lensa dan <i>viewfinder</i> polaroid jadul</p>	<p>Pada logo instragram memiliki logo berwarna warni yang dimaksud untuk memberikan kesan ceria, positif, dan tidak terkekang. Sangatla sesuai dengan jenis perusahaan ini tersebut tentunya, dimana instagram bergerak sebagai informasi, dan hal berbisnis.</p>
	<p>Menggambarkan seperti hantu dan berwarna putih dengan background berwarna kuning</p>	<p>Pada logo aplikasi snapchat ini memiliki makna bawah foto atau video yang dikirim dengan snapchat akan hilang seketika tanpa</p>	<p>Warna kuning dapat meningkatkan kesan gembira, optimis, dan percaya diri bagi yang melihatnya. Perusahaan</p>

		jejak baik di gadget atau pun pengguna maupun di server snapchat.	yang memanfaatkan warna ini tak lain perusahaan aplikasi media sosial yaitu Snapchat
	Menggambarkan seperti awan putih dan memiliki adanya track audio grafis sebagai bentuk gelombang.	Pada aplikasi <i>sondcloud</i> ini terdapat lagu-lagu yang kita sukai dan <i>sondcloud</i> ini diartikan <i>sond</i> yaitu suara sedangkan <i>cloud</i> yaitu awan	Warna orange untuk melambangkan kesenangan atau mampu membangkitkan antusiasme yang begitu tinggi dengan keceriaan dan kebahagiaan. Perusahaan dari aplikasi <i>sondcloud</i> ini membuat warna jingga memberikan efek antusiasme dan keceriaan karna di dalam aplikasi <i>sondcloud</i> ini

			apliaksi untuk, merekkan suara atau mendengarkan musik-musik yang kita sukai.
--	--	--	--

### **C. Hasil Data Penelitian**

Berdasarkan pembahasan data penelitian diatas penulis mendapatkan keseluruhan hasil data penelitian sebanyak (12 ikon), (indeks 12), (simbol 12). Dari data tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa di dalam logo aplikasi media sosial terdapat makna dan tanda semiotika Charles Sanders Pierce

### **D. Keterbatasan Penelitian**

Pada saat melaksanakan penelitian ini pastinya peneliti masih menjalani keterbatasan oleh berbagai hal. Keterbatasan yang berasal dari peneliti sendiri ialah keterbatasan oleh bidang ilmu pengetahuan, saat mencari buku relevan, dan saat mencari referensi dari jurnal yang berhubungan dengan skripsi. Walaupun demikian peneliti dapat menghadapinya sampai akhir penyelesaian dalam membuat sebuah karya ilmiah.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian pembahas tentang kajian Semiotika logo aplikasi media sosial mampu diambil kesimpulan bahwa bagian kajian Semiotika kita dapat mempelajari lebih jauh untuk memperoleh makna tersurat bagian logo aplikasi media sosial. Logo aplikasi media sosial mempunyai bentuk ciri khas, warna yang berbeda pada tiap logo. .

Logo aplikasi media sosial menurut teori Charles Sanders Peirce serupa, ikon, indeks dan simbol. Bentuk ikon bagian logo aplikasi media sosial antara lain berupa facebook, line, tantan, twitter, snapchat, bigo live, instgram, tinder, tik tok, whatshap, messenger, soundcloud. Dan bentuk indeks terdiri dari facebook, line, tantan, twitter, snapchat, bigo live, instgram, tinder, tik tok, whatshap, messenger, soundcloud. Dan bentuk simbol terdiri dari facebook, line, tantan, twitter, snapchat, bigo live, instgram, tinder, tik tok, whatshap, messenger, soundcloud.

Dari kajian Semiotika yang telah dilakukan, dalam logo aplikasi media sosial memperlihatkan keadaan ikatan dan relasi antar tanda ikon, indeks atau simbol baikpun oleh warna, bentuk, properti atau situasi selalu bersangutan atau sedikit banyak dapat dijelaskan makna yang tercantum di dalamnya setiap logo aplikasi media sosial, dan sehingga informasi yang diberitaukan akan lebih mudah dipahami dan dicerna pada para pembacanya.

## **B. Saran**

Penelitian yang dilakukan ini adalah mengenai tanda dan makna yaitu ikon, indeks dan simbol yang diperoleh pada logo aplikasi media sosial. Sejauh ini peneliti yang telah dilakukan masih diperoleh kekurangan dalam penelitian ini. Sebab itu, peneliti berkeinginan adanya perkembangan tentang kajian semiotika lainnya. Bukan hanya saja pada makna tanda dari logo ini, memperbedakan objek lain yang dapat untuk dianalisis. Semakin banyaknya penelitian tentang semiotika maka dari itu, semakin banyak juga memahami tentang kajian semiotika ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amir Piliang, Yasran. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Cetakan 1. Yogyakarta
- Almer. 1990. *Teori Semantik*. Jakarta: Erlangga
- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalan Sura
- Eagleton, Terry. 1998. *Teori Kesusastraan Pengenalan* (terjemah Muhammadiyah Hj. Saleh). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kusrianto, Adi. (2009), *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta Penerbit Andi.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesia Tera
- Kaelan. 2009. *Filsafat Bahasa Semiotika dan Hermeneutika*. Yogyakarta: Paradigma
- Lechte, John. 2001. *50 Filsuf Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Nazaruddin, Khalie. 2015. *Pengantar Semiotika*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Cetakan keempat. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2004. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Wardana, Ryan Aditya Pratama. 2013. *Semiotika Logo Vidio Gme The Last Story*. Jurnal Dekave. Vol.8,No.2,Hal.59



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3, Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website : <http://www.uikip.unsma.ac.id> E-mail : [kip@unsma.ac.id](mailto:kip@unsma.ac.id)

Form: K - 1

Kepada :Yth. Bapak Ketua & Ibu Sekretaris  
Program Studi: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Perihal : **PERMOHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI**

Dengan hormat, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : SUKMA NIARTY  
NPM : 1502040183  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Kredit Kumulatif : 179 SKS

IPK :3,45

Persetujuan Ket./Sekret. Program Studi	Judul Yang Diajukan	Disahkan Oleh Dekan Fakultas
<i>pu 02/3/2019 Dik. Jariyan 3</i>	Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial	
	Analisis id, Ego super Ego dalam Cerpen Lakon A.r, Mata Deknong Karya Arifon	
	Analisis Semiotika dalam Iklan kartu AS 30 jum	

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pemeriksaan dan persetujuan serta pengesahan, atas kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Medan, 20 Maret 2019  
Hormat Pemohon,

**SUKMA NIARTY**

Keterangan:  
Dibuat rangkap 3 :  
- Untuk Dekan/Fakultas  
- Untuk Ketua/Sekretaris Prog. Studi  
- Untuk Mahasiswa yang bersangkutan



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

Form K-2

Kepada : Yth. Bapak Ketua/Sekretaris  
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
FKIP UMSU

*Assalamu 'alaikum W'r, W'b*

Dengan hormat, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
N.P.M : 1502040183  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Mengajukan permohonan persetujuan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi sebagai tercantum di bawah ini dengan judul sebagai berikut:

Kajian Semiotika pada Logo Aplikasi Media Sosial

Sekaligus saya mengusulkan/ menunjuk Bapak/ Ibu:

1. Eny Rahayu, S.Pd, M.Hum

{ acc 23/4. 2019

Sebagai Dosen Pembimbing Proposal/Risalah/ Makalah/Skripsi saya.

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pengurusan selanjutnya. Akhirnya atas perhatian dan kesediaan Bapak/ Ibu saya ucapkan terima kasih.

Medan, 23 April 2019  
Hormat Pemohon,

Sukma Niarty

Keterangan

Dibuat rangkap 3 :  
- Untuk Dekan / Fakultas  
- Untuk Ketua / Sekretaris Prog. Studi  
- Untuk Mahasiswa yang Bersangkutan

**FAKULTAS KEGURUAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
Jln. Mukhtar Basri BA No. 3 Telp. 6622400 Medan 20217 Form : K3

Nomor : 2018 /U.3/UINSU-02/F/2019  
Lamp : ---  
Hal : Pengesahan Proyek Proposal  
Dan Dosen Pembimbing

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
menerapkan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dan dosen pembimbing bagi mahasiswa  
tersebut di bawah ini :

Nama : **SUKMA NIARTY**  
N P M : 1502040183  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Judul Penelitian : **Kajian Semiotika pada Logo Aplikasi Media Sosial**  
Pembimbing : **Eny Rahayu, M.Hum**

Dengan demikian mahasiswa tersebut di atas diizinkan menulis proposal/risalah/makalah/skripsi  
dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulis berpedoman kepada ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dekan
2. Proyek proposal risalah/makalah/skripsi dinyatakan BATAL apabila tidak selesai pada waktu yang telah ditentukan
3. Masa kadaluarsa tanggal: **30 April 2020**

Medan, 26 Sa'ban 1440 H  
30 April 2019 M



- Dibuat rangkap 4 (empat) :
1. Fakultas (Dekan)
  2. Ketua Program Studi
  3. Pembimbing
  4. Mahasiswa yang bersangkutan :  
**WAJIB MENGIKUTI SEMINAR**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Nama Lengkap : Sukma Niarti  
NPM : 1502040183  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Proposal : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Proposal	Tanda Tangan
08 Mei 2019	Sistematika Penulisan Ejaan, diksi	
18 Mei 2019	Latar belakang Teori disesuaikan dengan kajian	
21 Mei 2019	Bab II kerangka konseptual Instrumen diperbaiki	
19 Juni 2019	Metode Penelitian Daftar pustaka	
20 Juni 2019	ACC seminar Proposal	

Medan, 20 Juni 2019

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi,

**Dr. Mhd. Isman, M.Hum**

Dosen Pembimbing,

**Emy Rahayu, S.Pd., M.Hum.**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
Webside : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

---



**LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL**

Proposal yang diajukan oleh mahasiswa di bawah ini :

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Proposal : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

Sudah layak diseminarkan.

Medan, 20 Juni 2019

Dosen Pembimbing

**Enny Rahayu, S.Pd., M.Hum.**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**SURAT PERMOHONAN**

Medan, 20 Juni 2019

Lamp : Satu Berkas  
Hal : Seminar Proposal

Yth. Ketua Program Studi  
Pendidikan Bahasa Indonesia  
**FKIP UMSU**

Bismillahirrahmannirrahim  
Assalamu'alaikum, Wb. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Proposal : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

Dengan ini mengajukan seminar proposal skripsi kepada Bapak/Ibu. Sebagai bahan pertimbangan Bapak/Ibu saya lampirkan:

1. Foto kopi proposal skripsi yang telah disetujui pembimbing satu eksamplar,
2. Kuitansi biaya seminar dua lembar fotocopy
3. Kuitansi SPP yang sedang berjalan dua lembar fotocopy,
4. Foto kopi K1, K2, K3.

Demikianlah surat permohonan ini saya sampaikan ke hadapan Bapak/Ibu. Atas kesediaan Bapak/Ibu mengabulkan permohonan ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalam  
Pemohon,

Sukma Niarty



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
Website <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)



### LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR PROPOSAL

Proposal yang sudah diseminarkan oleh mahasiswa di bawah ini:

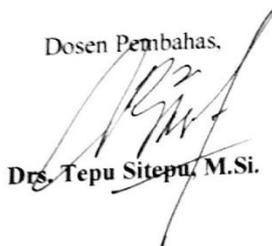
Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Proposal : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

Pada hari Sabtu, tanggal 13, bulan Juli 2019 sudah layak menjadi proposal skripsi.

Medan, 13 Juli 2019

Disetujui oleh:

Dosen Pembahas,

  
Drs. Tepu Sitepu, M.Si.

Dosen Pembimbing,

  
Enny Rahayu, S.Pd., M.Hum.

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi,



Dr. Mhd. Isman, M.Hum.



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)



**SURAT KETERANGAN**

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menerangkan nama di bawah ini.

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Proposal : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

benar telah melakukan seminar proposal skripsi pada hari Sabtu, tanggal 13, bulan Juli, tahun 2019

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk memperoleh surat izin dari fakultas. Atas kesediaan dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Medan, 25 Juli 2019

Ketua Prodi,

**Dr. Mhd. Isman, M.Hum.**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
Webside : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN**

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Proposal : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul diatas belum pernah diteliti di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempah (dibuat) oleh orang lain dan juga tergolong *Plagiat*.
3. Apabila point 1 dan 2 di atas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 25 Juli 2019

Hormat saya

Yang membuat pernyataan,



**Sukma Niarty**

Diketahui oleh  
Ketua Program Studi  
Pendidikan Bahasa Indonesia

**Dr. Mhd. Isman, M.Hum.**



UMSU

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan langganinya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400  
Website: <http://fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@yahoo.co.id](mailto:fkip@yahoo.co.id)

Nomor : 241 /II.3/UMSU-02/F/2019  
Lamp : ---  
Hal : Mohon Izin Riset  
Medan, 15 Dzulhijjah 1440 H  
16 Agustus 2019 M

Kepada Yth,  
Kepala UPT Perpustakaan  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,  
di-  
Tempat

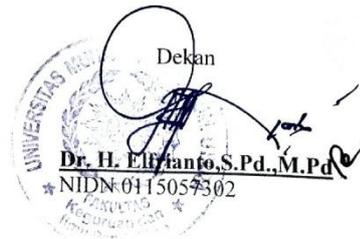
Assalamua'laikum warahmatullahi wabarakatuh.  
Wa ba'du, semoga kita semua sehat wal'afiat dalam melaksanakan kegiatan-aktifitas sehari-hari, sehubungan dengan semester akhir bagi mahasiswa wajib melakukan penelitian/riset untuk pembuatan skripsi sebagai salah satu syarat penyelesaian Sarjana Pendidikan, maka kami mohon kepada Bapak/Ibu Memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian/riset di Perpustakaan UMSU yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa kami tersebut sebagai berikut:

Nama : SUKMA NIARTY  
N P M : 1502040183  
Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Penelitian : **Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial**

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaan serta kerjasama yang baik dari Bapak kami ucapkan terima kasih.  
Akhirnya selamat sejahteralah kita semuanya, Amin.  
Wassalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

kec 21/8 - 2019

\*\* Pertiinggal \*\*





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Telp: 6624567 - Ext. 113 Medan 20238  
Website: <http://perpustakaan.umsu.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 9592/KET/IL.9-AU/UMSU-P/M/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

Nama : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Univ./Fakultas : UMSU/ Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Jurusan/P.Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia/ SI

adalah benar telah melakukan kunjungan/penelitian pustaka guna menyelesaikan tugas akhir / skripsi dengan judul :

*"Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial"*

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 19 Muharram 1441 H  
19 September 2019 M

Kepala UPT Perpustakaan,  
  
Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd

# Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

*by* Sukma Niarty

**Submission date:** 19-Sep-2019 05:21PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1175737873

**File name:** skripsi\_nia.docx (274.21K)

**Word count:** 5061

**Character count:** 32213

## Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

### ORIGINALITY REPORT

**29%**

SIMILARITY INDEX

**26%**

INTERNET SOURCES

**6%**

PUBLICATIONS

**20%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	2%
5	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
7	<a href="http://www.mastekno.com">www.mastekno.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Negeri Jakarta	

Student Paper

1%

10

[elib.unikom.ac.id](http://elib.unikom.ac.id)

Internet Source

1%

11

Anis Nuryani, Muhammad Hanif. "Studi Sosio Religi Wisata Alas Ketonggo Desa Babadan Kecamatan Paron Kabupaten Ngawi", AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA, 2013

Publication

1%

12

[blognyaorangmempunyaimotipasi.blogspot.com](http://blognyaorangmempunyaimotipasi.blogspot.com)

Internet Source

1%

13

[pt.scribd.com](http://pt.scribd.com)

Internet Source

1%

14

[jom.untidar.ac.id](http://jom.untidar.ac.id)

Internet Source

1%

15

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Student Paper

1%

16

[media.neliti.com](http://media.neliti.com)

Internet Source

1%

17

[10110577.blog.unikom.ac.id](http://10110577.blog.unikom.ac.id)

Internet Source

1%

18

Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta

1%

Student Paper

19	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	1%
20	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	1%
21	<a href="http://skystarseo.blogspot.com">skystarseo.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
22	<a href="http://sir.stikom.edu">sir.stikom.edu</a> Internet Source	<1%
23	<a href="http://repository.uinbanten.ac.id">repository.uinbanten.ac.id</a> Internet Source	<1%
24	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	<1%
25	<a href="http://erijanuarto.blogspot.com">erijanuarto.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
26	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1%
27	<a href="http://studyingcommunication.blogspot.co.id">studyingcommunication.blogspot.co.id</a> Internet Source	<1%
28	<a href="http://repository.usm.ac.id">repository.usm.ac.id</a> Internet Source	<1%
29	<a href="http://edoc.pub">edoc.pub</a> Internet Source	<1%

30	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	<1%
31	<a href="http://cclasscorner.blogspot.com">cclasscorner.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
32	Submitted to Universitas Muhammadiyah Ponorogo Student Paper	<1%
33	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	<1%
34	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1%
35	<a href="http://itkp.ac.id">itkp.ac.id</a> Internet Source	<1%
36	Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Student Paper	<1%
37	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1%
38	<a href="http://sulastrismart.blogspot.com">sulastrismart.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
39	<a href="http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id">digilib.iain-palangkaraya.ac.id</a> Internet Source	<1%
40	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1%

41	<b>www.apaitu.net</b> Internet Source	<1%
42	<b>Submitted to Universitas Andalas</b> Student Paper	<1%
43	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<1%
44	<b>Submitted to UIN Sunan Gunung DJati Bandung</b> Student Paper	<1%
45	<b>Submitted to Universitas Brawijaya</b> Student Paper	<1%
46	<b>dhendenn.blogspot.com</b> Internet Source	<1%

Exclude quotes

Exclude matches

Exclude bibliography

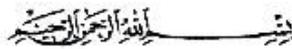




**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail : [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**



Skripsi ini yang diajukan oleh mahasiswa di bawah ini :

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Skripsi : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

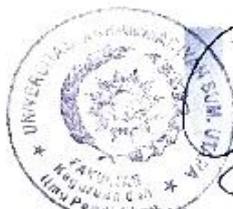
sudah layak disidangkan.

Medan, 19 September 2019

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing,

Eddy Rahayu, S.Pd., M.Hum.

Diketahui oleh:



Dekan

Dr. H. Efrianto Nasution, S.Pd., M.Pd

Ketua Program Studi,

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**BERITA ACARA**

Ujian Mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata I  
Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Sabtu, 28 September 2019, pada pukul 07.30 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa :

Nama Lengkap : Sukma Niarty  
NPM : 1502040183  
Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Skripsi : Kajian Semiotika Logo Aplikasi Media Sosial

Ditetapkan : ( ) Lulus Yudisium  
( ) Lulus Bersyarat  
( ) Memperbaiki Skripsi  
( ) Tidak Lulus

Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Ketua,

PANITIA PELAKSANA



Sekretaris,

Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.

Dra. Hj. Syamsuurnita, M.Pd.

ANGGOTA PENGUJI:

1. Prof. Dr. Hj. Alesyanti, M.Pd., M.H.

1.

2. Drs. Tepu Sitepu, M.Si.

2.

3. Enny Rahayu, S.Pd., M.Hum.

3.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### I. IDENTITAS

Nama : Sukma Niarty  
NPM : 1502020183  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 25 Juli 1997  
Warga Negara : Indonesia  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Anak ke- : 1  
Alamat : JL. Binjai GG. Sidodadi LK VI No.B

### II. DATA ORANG TUA

Ayah : Drs. Suparjan S.Pd  
Ibu : Tuti Aspidar S.Pd  
Alamat : JL. Binjai GG. Sidodadi LK VI No.B

### III. JENJANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2009 : SD Muhammadiyah 12 Medan  
Tahun 2009-2012 : SMP Muhammadiyah 50 Medan  
Tahun 2012-2015 : SMA Panca Budi Medan  
Tahun 2015 : Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia.

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenarnya.

Hormat Saya,



Sukma Niarty



Tantan



WhatsApp



**BIGO LIVE**



**Tik Tok**

