

## MAKNA PADA LOGO *MASS RAPID TRANSIT* (MRT) JAKARTA

(Semiotika Charles Sanders Peirce)

Muhamad Arief Darmawan

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia

Jalan Arteri Pondok Indah No.11 Kebayoran Lama, Jakarta Selatan

Email: darmaarief92@gmail.com

### ABSTRACT

*Logo or picture (picture mark) is an important part of the company. PT. MRT Jakarta as an object of research. Mass Rapid Transit transportation service in Indonesia. The purpose of this thesis is to determine the meaning and interpretation of a PT MRT Jakarta's logo. The analysis tool used in this thesis is the Charles Sanders Peirce semiotic method which is inserted into the triangle meaning (sign meaning), object, interpret. Furthermore, the theory used is interpretive theory in communication. The results of the thesis contain the meaning of the form of the MRT Jakarta's logo as a new public transportation service in Indonesia.*

*Keywords: Logo, triangle meaning, sign, object, intrepretant.*

### ABSTRAK

Logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan bagian penting bagi perusahaan. PT. MRT Jakarta sebagai objek penelitian. *Mass Rapid Transit* pertama di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna serta intepretasi dari sebuah logo PT MRT Jakarta. Alat bantu analisis menggunakan metode semiotika *Charles Sanders Peirce* yang dimasukkan ke dalam segitiga makna (*triangle meaning*) *sign, object, intrepretant*. Selanjutnya, teori yang digunakan yaitu teori interpretif dalam komunikasi. Hasil penelitian berisi pemaknaan dari bentuk logo MRT Jakarta sebagai alat transportasi umum baru di Indonesia.

Kata Kunci : *Logo, triangle meaning, sign, object, intrepretant.*

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan bagian yang penting untuk menunjukkan keberadaan sesuatu. Logo menjadi sebuah pengakuan, kebanggaan, inspirasi, kepercayaan, kehormatan, kesuksesan, loyalitas dan keunggulan yang tersirat ke dalam suatu bentuk atau gambar. Logo juga sebagai identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan

maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk, yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial. Bentuk logo bisa berupa nama, angka, gambar ataupun elemen lain yang ditampilkan secara visual sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan kompetitor atau pesaing. Logo juga bisa memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan perusahaan atau organisasi pemilik logo.