

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan temuan penelitian dan membahas hasil observasi yang dilakukan selama penelitian tersebut berlangsung, wawancara dengan informan, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian mengenai Logo Karakter Mie Reman. Informan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang, yaitu orang-orang yang secara relevan dapat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik di mana informan tersebut dianggap dapat memberikan data atau keterangan yang dibutuhkan oleh peneliti. Informan pertama yaitu *Owner* dari Mie Reman itu sendiri yang bernama Yoga Prasetya, lalu yang kedua ialah *co-Owner* dari Mie Reman sekaligus adik kandung dari Yoga Prasetya yang bernama Sandy Prasetya, selanjutnya yang ketiga adalah *Manager* yang sekaligus pula orang yang berperan dalam pembuatan logo tersebut yang bernama Ari Purnama Galih. Hasil wawancara dengan informan yang telah dilakukan dilampirkan dalam bentuk transkrip wawancara yang terlampir secara sistematis.

4.1. Temuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga pertanyaan penelitian yang berkembang menjadi beberapa komponen-komponen pertanyaan wawancara sebagai pendukung data yang dibutuhkan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana makna Denotatif Logo Karakter Mie Reman ?

2. Bagaimana makna Konotatif Logo Karakter Mie Reman ?
3. Bagaimana makna Mitos Logo Karakter Mie Reman ?

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan dan menganalisis data hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Logo Karakter Mie Reman”. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan yaitu adalah data yang peneliti peroleh dari hasil observasi dan wawancara secara langsung. Daftar pertanyaan dalam bentuk wawancara dilakukan kepada 3 orang informan. Agar pembahasan pada bab ini lebih sistematis dan terarah, maka peneliti membaginya ke dalam beberapa sub bahasan seperti yang terdapat pada pembahasan dalam penelitian ini.

4.1.1 Deskripsi Identitas Informan

Tabel 4.1
Tabel Deskripsi Identitas Informan

No	Nama	Latar Belakang Keluarga	Pekerjaan	Usia
1	Yoga Prasetya	Anak pertama dari dua bersaudara	Owner Mie Reman	26
2	Sandy Prasetya	Anak kedua dari dua bersaudara	co-Owner Mie Reman	22
3	Ari Purnama Galih	Anak pertama dari empat bersaudara	Manager Mie Reman	28

4.1.2 Sejarah Mie Reman

Mie Reman merupakan salah satu dari usaha kuliner yang memelopori munculnya kuliner pedas di kota Bandung. Kuliner Mie sendiri sudah marak di daerah Bandung baik yang berupa Mie baso tradisional ataupun Mie Ramen yang berasal dari Jepang. Tetapi Mie Reman-lah pelopor pertama kuliner Mie Ramen dengan cita rasa khas Indonesia. Seperti konsep awal mereka yaitu ‘Indonesian Ramen Taste’. Mie Reman didirikan oleh dua saudara kandung yaitu Yoga

Prasetya dan Sandy Prasetya. Semua dimulai ketika Sandy masih mengenyam pendidikan di Sekolah Menengah Atas. Kendati usianya masih muda, Sandy Prasetya sudah berani memulai usaha. Di usia 20 tahun, ia sudah memiliki bisnis makanan di Bandung dengan omset ratusan juta per bulan. Bisnis ini dirintisnya tahun 2009, saat ia masih berusia 16 tahun. Sandy memulai bisnis secara autodidak. Semua berawal dari pergaulannya yang luas. Suatu ketika, naluri bisnisnya bangkit saat ia ingin memiliki uang jajan sendiri. Keinginan untuk berbisnis itu kemudian diutarakannya kepada kedua orangtuanya. Walau masih muda, orangtua Sandy menyambut baik keinginan anaknya itu untuk berbisnis.

Tekad Sandy untuk memiliki bisnis di usia muda sangat kuat. Karena tekad yang kuat itu, ia pun tak risih meski harus memulai usaha dari menjual jam tangan – jam tangan murah kepada teman-temannya. Sandy memang mengawali kesuksesan bisnisnya sebagai penjual jam tangan. Pertama menjadi penjual jam tangan, dia membidik teman-teman sekelasnya sebagai konsumen. Hasil penjualan jam tangan itu pun selalu ia kumpulkan sebagai tabungan yang Sandy harapkan akan berguna nantinya kelak. Selama sekolah menjajakan jam tangan pada teman temannya, ia pun mulai terpikir untuk memulai sebuah bisnis baru yang lebih bonafit dari uang yang ia kumpulkan dari hasil penjualan jam jam tersebut. Sandy memiliki seorang kakak laki laki bernama Yoga yang begitu akrab dengannya, melihat keuletan yang dimiliki adiknya, dan ketertarikan Yoga akan bisnis, hingga suatu saat Yoga menemukan ide untuk membuka sebuah usaha kuliner di daerah Bandung bersama adiknya Sandy. Orangtuanya mendukung penuh rencananya tersebut. Berbekal keuntungan usaha selama berjualan saat

sekolah serta sokongan dana dari orangtuanya, Sandy dan Yoga pun mulai merintis pendirian kedai di bilangan Teuku Umar, Bandung

Sandy dan Yoga memberi nama kedai itu Kedai Katel. Di kafe itu ia menyediakan menu nasi goreng, tahu goreng, ia juga menyediakan beragam pilihan minuman yang cocok dengan lidah anak muda. Karena kedai tersebut memang menargetkan mahasiswa sebagai pasar mereka. Pada Tahun pertama mereka membuka usaha tersebut, respon yang diberikan masyarakatnya tidak begitu memuaskan. Dan pada akhirnya mereka mengalami berbagai cobaan dan kesulitan untuk bertahan di dunia bisnis yang keras. Tak ingin mengecewakan orangtua yang sudah mendukungnya dan juga tanggung jawab terhadap diri sendiri karena uang tabungannya ludes untuk modal usaha, Sandy dan Yoga pun total di bisnis ini.

Hingga pada suatu ketika mereka menambahkan satu makanan dalam menu mereka. Mereka membuat sebuah ramen dengan cita rasa Indonesia. Sebagai menu Uji Coba, banyak teman-teman mereka yang sangat menyukai mie tersebut. Dan kebetulan teman-teman dan kerabat mereka adalah orang-orang yang menyukai kuliner pedas, dan terpikirkanlah untuk menyulap mie tersebut menjadi sebuah mie dengan cita rasa pedas yang khas. Yang di mana kala itu belum ada kuliner yang memberikan sensasi yang serupa dengan mereka. Mereka pun memberi nama Mie tersebut dengan nama Mie Reman. Mereka menamai menu tersebut dengan nama itu karena ingin menonjolkan sisi garang dari kuliner itu sendiri, di mana konsepnya sendiri yang memang ramen sehingga dipelesetkan menjadi 'reman'. Sehingga mengenai konsep dari penamaan itu sendiri. Yang

hingga pada akhirnya menu tersebut seketika meledakan bisnis mereka karena mie tersebut menjadi favorit para konsumen yang hadir ke kedai mereka. Dari mulut ke mulut, bisnis mereka pun semakin dikenal dan dicari cari oleh masyarakat luas, sebagai menu primadona yang mereka miliki, akhirnya mereka pun mengganti nama Kedai tersebut menjadi 'MIE REMAN'.

Dengan label Mie Reman, ia menawarkan menu Mie Reman dengan tiga varian rasa yakni Mie Reman Shoyu, Mie Reman Curry, dan Mie Reman Original. Tingkat kepedasan pun dapat ditentukan oleh pelanggan mulai dari Level 1-5. Di mana level tersebut memiliki julukan kesulitan sendiri seperti :

- a. Level 1 : diliatin preman.
- b. Level 2 : disamperin preman.
- c. Level 3 : ditepok preman.
- d. Level 4 : dipalak preman.
- e. Level 5 : dikeroyok preman.
- f. Level 5 ke atas : ngeroyok preman.

Mereka pun menyediakan beberapa menu Nasi Goreng yang dapat pula ditentukan tingkat kepedasannya. Harga Mie Reman sendiri dibanderol dengan harga Rp. 10.000 saja. Dengan harga yang sangat murah, ternyata banyak yang menyukai Mie Reman. Berbekal usaha yang sangat sukses dan pelanggan yang semakin banyak dan tidak dapat tertampung lagi, Lalu mereka pun membuka dua cabang lagi di daerah Braga dan Haji Wasid.

Dari ketiga cabang itu, total omset yang didapatnya mencapai Rp 16 juta per hari, dengan laba sekitar 40 persen dari omset. Kendati bisnisnya makin

mengembang, tak membuat Sandy cepat puas. Ia mengatakan, masih harus terus belajar agar usaha kian membesar. Ia pun menyimpan mimpi bahwa *brand* Mie Reman dalam beberapa tahun ke depan bisa *go international*.

4.1.3 Interpretasi Gambar dalam Logo Karakter Mie Reman

Dalam menginterpretasikan logo karakter Mie Reman, kerangka yang digunakan oleh penulis adalah kerangka analisis Roland Barthes. Di mana menurut Roland Barthes tanda adalah:

Kesatuan suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*), dengan kata lain penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Dan petanda adalah aspek material dari bahasa : apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran atau konsep. Jadi petanda adalah aspek mental dari bahasa. (Sobur, 2003:46).

Suatu penanda tanpa petanda tidak berarti apa-apa, begitu pula sebaliknya petanda pun tidak berarti tanpa adanya penanda, dapat dilihat bahwa penanda dan petanda merupakan suatu kesatuan, seperti dua sisi dari sehelai kertas. Didalam sebuah tanda tahap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna yang paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikansi tahap kedua. Menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai kebudayaannya. Pada signifikansi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. Mitos adalah Bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam.

Maka pada penelitian ini, penulis akan menganalisis makna yang terdapat pada komponen-komponen pembentuk dari logo Mie Reman tersebut, dengan

menggunakan model sistematis Roland Barthes dan mengelompokannya menjadi beberapa bahasan yaitu sebagai berikut:

1. Memisahkan tanda-tanda yang terdapat dalam komponen-komponen pembentuk dari logo itu sendiri yang di antaranya ialah:
 - a. Preman sebagai karakter di dalam logo
 - b. Tato di tangan preman di dalam logo
 - c. Mangkuk Mie di tangan preman di dalam logo
 - d. Api di bagian latar logo

Melalui proses pemisahan tanda-tanda dalam gambar tersebut dapat memudahkan penulis dalam menganalisis makna dan menafsirkan pesan dari masing-masing tanda tersebut.

2. Menganalisis tanda tersebut, dengan menguraikan berdasarkan tingkat pemaknaan yaitu: denotasi, konotasi dan mitos di dalam logo Mie Reman.

4.1.4 Interpretasi Warna dalam Logo Karakter Mie Reman

Banyak cara yang digunakan manusia untuk berkomunikasi atau mengemukakan apa yang ingin disampaikan kepada orang lain. Berbicara/kata-kata, simbol, tulisan, bahasa isyarat dan lain-lain, merupakan sarana untuk berkomunikasi antar manusia. Namun, manusia mempunyai cara lain yang unik untuk berkomunikasi, sesuai dengan budaya masing-masing. Misalnya bunga sering dipakai untuk mengekspresikan suatu perasaan cinta dan kasih sayang. Demikian juga dengan warna sering dipakai untuk mencerminkan sesuatu arti tersirat yang ingin dikomunikasikan.

Warna yang disukai seseorang, sering dipakai untuk mengidentifikasi kepribadian dan suasana hatinya. Warna suram, menunjukkan hati yang sedang berduka. Warna cerah menunjukkan hati yang sedang dilanda perasaan sukacita. Warna lembut menunjukkan kedamaian dan ketenangan. Warna biasa digolongkan menjadi warna hangat dan warna dingin. Sebagai contoh, warna merah dan kuning termasuk dalam kategori hangat, sedangkan hijau dan biru muda termasuk kategori dingin. Ungu dapat termasuk kategori hangat maupun dingin tergantung pada rona warnanya. Kategori warna ini dapat menimbulkan kesan tertentu terhadap bentuk tubuh. Bentuk tubuh yang gemuk dan berat akan tampak lebih kurus jika mengenakan pakaian-pakaian dengan warna dingin. Sedangkan bentuk tubuh yang kurus, akan tampak lebih gemuk jika mengenakan warna-warna panas.

Budaya berpakaian yang dikenakan bangsa-bangsa pada saat tertentu, juga sering dikaitkan dengan arti dari warna-warna yang ada. Pengantin Cina pada masa lampau, selalu mengenakan pakaian pengantin berwarna merah, menandakan kebahagiaan perkawinan. Para tamu diharapkan juga mengenakan pakaian yang berwarna kemerahan jika diundang dalam suatu pesta. Pada masa kini, justru di banyak Negara, pengantin wanita mengenakan pakaian pengantin berwarna putih, yang juga menandakan kebahagiaan dan lambang kesucian suatu pernikahan.

Warna-warna juga sering dipakai untuk mewarnai perayaan-perayaan tertentu. Warna merah muda dan merah tua merupakan kode warna valentine. Warna merah, hijau, putih mendominasi perayaan natal. Paskah ditandai dengan warna kuning, Lebaran diwarnai dengan nuansa hijau dan kuning. Beberapa

warna di bawah ini, menunjukkan arti yang terkandung di dalamnya. Warna hitam adalah lambang kematian. Kebanyakan bangsa-bangsa di dunia mengenakan pakaian berwarna hitam pada waktu upacara kematian seseorang. Warna kuning sering dipakai untuk lambang ilmu pengetahuan. Hijau adalah lambang dari kedokteran. Merah muda mewakili musik serta cinta. Biru muda berarti pendidikan. Ungu mewakili hukum. Warna-warna juga sering dipakai untuk mewarnai perayaan-perayaan tertentu. Warna merah muda dan merah tua merupakan warna khas dari hari Valentine. Warna merah, hijau dan putih mendominasi perayaan natal. Paskah ditandai dengan warna kuning dan Lebaran ditandai dengan nuansa hijau dan kuning.

Untuk dapat mengetahui makna konotasi dan mitos dari warna-warna yang terdapat dalam Logo Mie Reman, maka dapat dilihat tanda-tanda warna yang terdapat di dalam logo tersebut. Ahli fisiologi dan psikologi menjelaskan ada empat warna primer di antaranya: merah, hijau, kuning dan biru. Walaupun tidak diketahui secara pasti mengapa orang-orang menyukai warna dan kombinasi warna tertentu. Tetapi setiap warna mempunyai karakter atau sifat-sifat yang berbeda.

Dalam logo Mie Reman, warna merah sangat mendominasi disusul oleh warna kuning. Warna merah melambangkan keberanian, kegagahan, dan semangat yang berapi-api. Selain itu warna merah juga menandakan isyarat tantangan akan sesuatu yang pedas seperti apa yang menjadi ciri khas dalam produk yang dijual yaitu Mie Reman itu sendiri. Sedangkan warna kuning bagaikan sinar matahari yang memberi energi positif. Ini terkait dengan sukacita,

kebahagiaan dan kecerdasan. Warna kuning juga dapat diartikan bagai “emas” yang merupakan tanda dari kesuksesan dan kemakmuran yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kuning berarti sinar kehidupan, keberuntungan, kebahagiaan, kemakmuran, keceriaan, dan gembira. Kuning diasosiasikan bagai matahari sehingga sering juga diartikan sebagai keindahan dan kehangatan.

Dalam logo Mie Reman, kuning menunjukkan kemakmuran dan optimism perusahaan. Kuning dapat membangkitkan kesenangan, perasaan ceria. Kuning bersinar dengan optimism pencerahan, nuansa kuning keemasan membawa janji dan masa depan yang positif. Kuning akan maju dari warna sekitarnya dan menanamkan optimisme serta percikan energi positif.

4.2. Pembahasan

4.2.1 Interpretasi Makna Gambar dalam Logo Karakter Mie Reman

Untuk dapat mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos dari komponen-komponen pembentuk logo Mie Reman, maka dapat dilihat tanda-tanda yang terdapat dalam logo tersebut. Makna dari masing-masing gambar tersebut dijelaskan dalam uraian di bawah ini.



Gambar 4.1
Logo Karakter Mie Reman

Tabel 4.2
Tabel Deskripsi Gambar dalam Logo Mie Reman

No.	Gambar	Deskripsi
1	<p data-bbox="517 1308 746 1344"><i>Karakter Preman</i></p> 	<p data-bbox="911 1279 1369 1861">Karakter Preman di dalam logo Mie Reman merupakan ikon dan juga karakter utama dalam logo Mie Reman tersebut. Karakter preman di sini digambarkan menggunakan kacamata hitam sembari menunjukkan otot tangan kanannya ketika memegang mangkuk Mie yang tidak lain tidak bukan adalah produk perusahaan tersebut.</p>

No.	Gambar	Deskripsi
2	<p data-bbox="544 383 719 416" style="text-align: center;"><u>Gambar Tato</u></p> 	<p data-bbox="911 383 1366 797">Karakter Preman dalam Logo Mie Reman di sini memiliki beberapa Tato di bagian tangannya yang mengandung penyampaian pesan tertentu dan juga sekaligus untuk menegaskan kesangaran dan kebrutalan dari sosok seorang preman.</p>
3	<p data-bbox="544 943 719 976" style="text-align: center;"><u>Mangkuk Mie</u></p> 	<p data-bbox="911 943 1366 1301">Preman di dalam Logo Mie Reman terlihat sedang memegang sebuah mangkuk berisi Mie di tangannya. Mangkuk Mie di dalam logo tersebut sekaligus memberi penegasan mengenai produk perusahaan yaitu Mie Reman.</p>
4	<p data-bbox="608 1391 655 1424" style="text-align: center;"><u>Api</u></p> 	<p data-bbox="911 1391 1366 1805">Bagian Latar belakang dari preman dalam logo Mie Reman ialah latar berwarna kuning dengan api yang berkobar-kobar. Latar belakang tersebut Nampak membuat karakter preman dalam logo semakin terkesan sangar dan membara.</p>

1. Karakter Preman

Karakter Preman yang terdapat pada pusat logo merupakan karakter dan poin utama di dalam logo. Merupakan komponen penyampaian pesan paling utama yang digunakan logo.



Gambar 4.2
Karakter Preman

Makna Denotasi : Karakter Preman

Pengertian preman menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “Swasta/Partikelir”, “Sebutan kepada orang jahat (penodong, perampok, pemeras, dan sebagainya)”², secara umum pengertian preman adalah seseorang yang berlindung pada swasta atau kelompok atau organisasi atau lembaga yang melakukan tindakan atau kegiatan yang melawan arus hukum yang sah membuat resah masyarakat atau korban. Preman sangat identik dengan dunia kriminal dan kekerasan, karena memang kegiatan preman tidak lepas dari kedua hal tersebut. Beberapa contohnya aksi premanisme antara lain preman di terminal bus yang

² www.kbbi.web.id/preman diakses 3 Maret 2015 pada pukul 20.41 WIB

memungut pungutan liar dari sopir-sopir, yang bila ditolak akan berpengaruh terhadap keselamatan sopir dan kendaraannya yang melewati terminal dan preman di pasar yang memungut pungutan liar dari lapak-lapak kaki lima, yang bila ditolak akan berpengaruh terhadap dirusaknya lapak yang bersangkutan. Hal ini menyebabkan preman di Indonesia makin lama makin sukar diberantas karena ekonomi yang semakin memburuk.

Makna denotasi dari gambar karakter preman tersebut ialah sesosok preman yang sedang memamerkan otot dan tatoonya sembari memegang mangkuk yang berisikan mie. Dalam kehidupan bermasyarakat saat ini pun masyarakat sudah mengibaratkan preman sebagai sosok yang sangar dan menakutkan. Preman dalam logo ini diwujudkan dengan sangar sekaligus tetap menjaga sifat manusiawinya dengan menggunakan kacamata hitam ala rocker dan juga dengan adanya tahi lalat di bagian sebelah kiri bibirnya.

Makna Konotasi : Karakter Preman

Makna konotasi yang ditampilkan melalui gambar karakter Preman dalam logo menandai keberanian dan tantangan, sehingga konsumen dan calon konsumen juga masyarakat luas yang melihat logo tersebut dapat memiliki motivasi dan determinasi untuk mencicipi cita rasa pedas dari Mie Reman yang ditawarkan oleh preman di dalam logo tersebut. Karena itulah preman menjadi ikon dan karakter utama dalam logo mereka. Sosok preman di sini ditegaskan melalui gestur tangan yang memamerkan ototnya sebagai bentuk komunikasi non verbal logo yang mencerminkan ungkapan tantangan dari karakter preman itu sendiri. Ditegaskan pula dengan mangkuk yang ada di tangan preman tersebut

yang memberikan sebuah pesan akan akan tantangan mengkonsumsi Mie tersebut. Tahi lalat yang terdapat pada pipi preman tersebut dimaksudkan untuk memberikan sebuah bentuk *gimmick* dan kesan pada masyarakat bahwasanya “preman juga manusia”.³

Mitos : Karakter Preman

Barthes mengartikan mitos sebagai: “cara berpikir kebudayaan tentang sesuatu, sebuah cara mengkonseptualisasikan atau memahami suatu hal” (Barthes dalam Sobur, 2003:224). Mitos adalah sistem komunikasi, sebab ia membawakan pesan. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut sebagai mitos, dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Preman (berasal dari kata bahasa Belanda *vrijman* = orang bebas) adalah sebutan pejoratif yang sering digunakan untuk merujuk kepada kegiatan sekelompok orang yang mendapatkan penghasilannya terutama dari pemerasan kelompok masyarakat lain. Fenomena preman di Indonesia mulai berkembang pada saat ekonomi semakin sulit dan angka pengangguran semakin tinggi. Akibatnya kelompok masyarakat usia kerja mulai mencari cara untuk mendapatkan penghasilan, biasanya melalui pemerasan dalam bentuk penyediaan jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Preman sangat identik dengan dunia kriminal dan kekerasan karena memang kegiatan preman tidak lepas dari kedua hal tersebut.

³ Berdasarkan hasil wawancara dengan Sandy Prasetya pada tanggal 2 Januari 2015 pkl. 14.30 WIB.

Dalam hal ini, persepsi yang ingin dibentuk oleh Mie Reman melalui gambar karakter preman ialah pembentukan kesan melalui citra preman yang dikenal di kalangan masyarakat luas yang di mana sosok preman itu sendiri disegani dan ditakuti. Tentu penggunaan sosok karakter preman dengan citra seperti itu bukan demi membentuk konteks yang buruk di mata orang lain, melainkan dalam konteks untuk membuat masyarakat merasa tertantang dan berani. Semenjak dari dahulu, meskipun sosok preman memiliki citra yang negatif, akan tetapi perlu diingat bahwa dalam kepribadiannya sosok seorang preman memiliki keberanian yang tinggi.

2. Gambar Tato

Gambar Tato di lengan preman dalam logo Mie Reman sebagai simbol dan penguatan citra garang dan sangar dari sosok preman. Mengingat dalam budaya Indonesia dan juga di dalam Islam, Tato merupakan sebuah hal yang tabu dan sebuah pantangan dalam agama. Bentuk rebelisme dalam penggunaan tato-lah yang memberi kesan berani dan garang dari sosok seorang preman. Dalam logo ini terdapat 4 buah tato di lengan kanan preman di antaranya tato mangkuk bertuliskan preman, tato tengkorak, tato gambar mesin dan tato 3 bintang.



Gambar 4.3
Gambar Tato

Makna Denotasi: Gambar Tato

Secara kebahasaan, tato mempunyai istilah yang nyaris sama digunakan di berbagai belahan dunia. Beberapa di antaranya adalah *tatoage*, *ta-touage*, *tatowier*, *tatuaggio*, *tatuar*, *tatuaje*, *tatos*, *tattueringar*, *tatuagens*, *tatoveringer*, *tatos* dan *tatu*. Tato yang merupakan bagian dari *body painting* adalah suatu produk dari kegiatan menggambar pada kulit tubuh dengan menggunakan alat sejenis jarum atau benda dipertajam yang terbuat dari flora. Gambar tersebut kemudian dihias dengan pigmen warna-warni. Seperti yang diungkap oleh Olong dalam bukunya yang berjudul 'Tato' (2006:83): "Dalam bahasa Indonesia, kata tato merupakan pengindonesiaan dari kata *tato* yang berarti goresan, gambar, atau lambang yang membentuk sebuah desain pada kulit tubuh".

Di dalam logo karakter Mie Reman, terdapat 4 buah tato yang ditiap-tiap tato tersebut makna-nya masing-masing, di antaranya ialah:

- a. Tato mangkuk bertuliskan Mie Reman
- b. Tato tengkorak
- c. Tato mesin motor
- d. Tato 3 Bintang

Pemberian gambar Tato di lengan preman di sini dimaksudkan oleh pembuat logo untuk menambah kesan kesangaran dan kegarangan pada karakter preman yang menjadi karakter utama dalam logo. Yang kemudian diperkuat dengan makna-makna gambar yang juga sekaligus memberi pesan secara non-verbal kepada masyarakat dan konsumen.

Makna Konotasi: Gambar Tato

Dalam penggunaannya, tato bisa menunjukkan beberapa hal kepada orang lain dengan beberapa hal. Misalnya untuk mencari perhatian orang lain bahkan membuat kontroversi kecil di kalangan sosial masyarakat. Atau bahkan penggunaan tato tersebut ingin memberi kesan agar terlihat sangar, berwibawa di muka umum agar disegani oleh orang lain, sangat beragam sekali alasan-alasan mendasar dalam penggunaan tato.

Makna konotasi yang ditampilkan melalui gambar tato pada lengan kanan preman adalah sebagai bentuk kegarangan dan sangar dari sosok seorang preman. Sebelum tato dianggap sebagai sesuatu yang modis, trendi, dan fashionable seperti sekarang ini, tato memang dekat dengan citra pemberontakan. Anggapan negatif masyarakat tentang tato dan larangan memakai tato bagi penganut agama tertentu semakin menyempurnakan citra tato sebagai sesuatu yang dilarang, haram, dan tidak boleh digunakan. Maka memakai tato sama dengan memberontak terhadap tatanan nilai sosial yang ada, sama dengan membebaskan diri terhadap segala tabu dan norma-norma masyarakat yang membelenggu. Orang-orang yang dipinggirkan oleh masyarakat memakai tato sebagai simbol pemberontakan dan eksistensi diri. Anak-anak yang disingkirkan oleh keluarga memakai tato sebagai simbol pembebasan.

Makna konotasi yang terdapat pada mangkuk Mie di lengan preman dimaksudkan untuk memberi pesan pada konsumen dan masyarakat luas mengenai produk yang dijual oleh restoran itu sendiri, gambar tato mangkuk sendiri menggambarkan bahwa preman tersebut merupakan karakter dari Mie

Reman. Sementara tato tengkorak di sini dapat memberikan kesan kelam dan seram dari representasi karakter itu sendiri. Yang kemudian diikuti oleh tato mesin motor yang di mana pada persepsi sang pembuat logo itu sendiri, Ari Purnama Galih, bahwasanya sosok anggota klub motor memiliki kesan maskulin dan gagah. Sehingga tato mesin motor tersebut diharapkan dapat memberi kesan tangguh dan berani menghadapi rintangan dan tantangan yang dihadapi oleh orang-orang. Sementara Tato 3 bintang yang terdapat pada tangan preman tersebut memberi pesan menarik kepada masyarakat seperti yang diungkapkan Ari Purnama Galih sebagai pembuat logo itu sendiri, bahwasanya agar konsumen dapat menganggap Mie Reman dengan “Makanan harga bintang tiga dengan rasa bintang lima”.⁴

Mitos: Tato

Tato atau *tato*, berasal dari bahasa Tahiti "*tatu*" yang artinya tanda. Walaupun bukti-bukti sejarah tato ini tidak begitu banyak, tetapi para ahli mengambil kesimpulan bahwa seni tato ini sudah ada sejak 12.000 tahun sebelum Masehi. Dahulu, tato menjadi semacam ritual bagi suku-suku kuno seperti Maori, Inca, Ainu, Polynesians, dan lain-lain. Konon di Mesir, bila kita berkunjung ke pyramid, kita dapat menemukan tato tertua di sana. Karena menurut sejarah, bangsa Mesir-lah yang jadi biang tumbuh suburnya tato di dunia. Bangsa Mesir dikenal sebagai bangsa yang terkenal kuat, mereka melakukan ekspansi ke negara-negara lain, sehingga seni tato pun ikut menyebar luas. Pada sistem budaya yang berlainan, tato mempunyai makna dan fungsi yang berbeda-beda. Di Indonesia,

⁴ Berdasarkan hasil wawancara dengan Ari Purnama Galih pada tanggal 3 Januari 2015 pada pukul 19.30

pernah ada masa di mana tato dianggap sebagai sesuatu yang buruk. Orang-orang yang memakai tato dianggap identik dengan penjahat, gali, dan orang nakal. Salah satunya ialah Preman.

Akan tetapi penggunaan tato pada karakter preman di dalam Logo Mie Reman di dalam logo bukan bermaksud untuk memberikan kesan buruk kepada masyarakat. Ari sebagai pembuat logo memberikan persepsi terhadap tato dalam kepremanan dalam bentuk yang netral dan tidak seronok. Meskipun di Indonesia sendiri tato masih merupakan hal yang tabu dan berlawanan dengan hal baik dalam kemasyarakatan, akan tetapi ia ingin tetap menggambarkan aspek kesangaran dalam sisi yang positif melalui gambar tato pada logo buaatannya. Aspek sangar pada citra penggunaan tato dimaksudkan untuk mendukung kesan berani dan tangguh pada karakter preman itu sendiri, yang mana merupakan ikon karakter utama pada logo Mie Reman, disertai dengan penggunaan gambar mangkuk yang tidak lazim digunakan sebagai gambar tato biasanya, memberikan kedalaman pada makna konotasi gambar itu sendiri melalui sejarah yang ada dalam gambar mangkuk itu sendiri sebagai wadah utama dalam kudapan mie berkuah. Lalu kemudian adanya gambar tato mesin motor yang di mana dalam persepsi dan budaya masyarakat bahwasanya anggota geng motor terkesan maskulin dan gagah. Ada pula tato tengkorak yang memberi makna kelam dan seram sebagaimana pada kehidupan manusia selama ini, tengkorak sudah sejak dahulu melambangkan kematian dan keangkeran. Dan yang terakhir adanya tato bergambar bintang 3 yang melambangkan kualitas produk Mie Reman seperti apa yang diungkapkan Ari: “Makanan harga bintang tiga dengan rasa bintang lima”.

Bahwasanya pada budaya masyarakat sedari dahulu, restoran kelas bintang lima memiliki kualitas rasa yang enak disertai dengan harga yang sepadan. Mie Reman mencoba menyampaikan sangkalan terhadap ideologi tersebut melalui gambar tato bintang tiga tersebut dengan makna bahwa makanan seharga restoran bintang tiga-pun bisa memiliki kualitas rasa restoran bintang lima.

3. Mangkuk Mie

Mangkuk mie sebagai simbol dan penjelasan visual pada logo bahwa logo ini adalah logo dari Mie Reman. Sebuah usaha kuliner yang menjual panganan mie kuah.



Gambar 4.4
Mangkuk Mie

Makna Denotasi: Mangkuk Mie

Makna denotasi yang ditampilkan dari mangkok mie pada gambar 4.4 adalah sebagai wadah dari Mie di dalam mangkok itu sendiri. Mangkuk adalah alat makan yang berbentuk cekung, di mana makanan diletakkan, terbuat dari porselen, batu, plastik, logam atau gelas. Seperti yang dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, mangkuk adalah: “Cangkir, cawan, tempat untuk makanan

yang berkuah, tidak bertelinga, cekung, bundar, bagian permukaannya lebih luas daripada bagian alasnya, terbuat dari porselen atau bahan lain, pinggan”.⁵ Bentuknya yang lebih cekung dari pada piring menyebabkan mangkuk lebih cocok untuk meletakkan makanan yang berkuah banyak dan menjaganya agar tidak tumpah. Dapat dilihat dari gambar tersebut, mangkuk tersebut menjadi wadah dari Mie yang hendak ditawarkan oleh karakter preman di dalam logo. Yang kemudian diberi ornamen kesan retak pada mangkuk tersebut.

Makna Konotasi: Mangkuk Mie

Konotasi bekerja dalam tingkatan subjektif, sehingga kehadirannya tidak disadari. Pembaca mudah sekali membaca makna konotatif sebagai fakta denotatif. Makna konotatif yang ditampilkan gambar mangkuk mie dalam genggamannya preman di dalam logo pada gambar 4.4 adalah sebagai wadah dari mie yang tidak lain adalah produk Mie Reman itu sendiri. Akan tetapi, mangkuk dan mie saja dirasa kurang cukup untuk memberi kedalaman makna mengenai penampakan produk Mie Reman di dalam logo. Ari sebagai pembuat logo memberi ornament retak pada mangkuk di dalam logo untuk memperjelas makna tersebut, di mana mangkuk yang retak tersebut memberi kesan mengingatkan panganan Mie Reman itu sendiri yang memiliki tingkat kepedasan yang tinggi. Yang dipresentasikan dalam sebuah gambar yang memberi kesan hiperbola dan imajiner akan saking kerasnya tingkat kepedasan tersebut sehingga dapat membuat mangkuk tersebut retak. Alasan penempatan mangkuk berisi mie pada logo itu sendiri dapat dengan mudah ditangkap oleh konsumen sebagai suatu

⁵ www.kbbi.web.id/mangkuk diakses pada tanggal 3 Maret 2015 pada pukul 22.09 WIB.

bentuk penyampaian pesan mengenai produk yang dijual oleh perusahaan kepada konsumennya. Yang di mana produk tersebut sendiri merupakan panganan mie kuah. Dan pemberian ornament retak pada mangkok sebagai penyampaian informasi bahwa mie tersebut adalah Mie Reman.⁶

Mitos: Mangkuk

Mangkuk ditemukan selama penggalian arkeologi di Amerika Utara, seorang antropolog yang bernama Vincas Steponaitis mendefinisikan mangkuk berdasarkan dimensinya, dia menjelaskan bahwa mangkuk memiliki diameter yang lebih kecil di bagian bawah yang semakin mengecil dari setengah tingginya dan mangkuk-mangkuk bersejarah dan ditinjau dari bentuk, bibir mangkuk dan pinggirannya. Dalam sejarah Yunani kuno, mangkuk kecil, di antaranya phiales dan pateras, dan cawan berbentuk mangkuk yang disebut kylices pernah digunakan. Sejarah Pottery kuno mendeskripsikan bagaimana phiales digunakan untuk persembahan, dengan lekukan kecil di tengahnya yang diperuntukan untuk pegangan jari, meskipun beberapa sumber juga mengatakan bahwasanya lekukan tersebut digunakan sebagai wadah wewangian. Kemudian, pada tahun 2009, ditemukan mangkuk tertua berusia 18.000 tahun.⁷

Pada Signifikansi dua tahap Roland Barthes, tanda bekerja melalui mitos. Mitos sendiri adalah “bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas” (Fiske dalam Sobur, 2009:128). Yang berarti mitos mencoba menjelaskan dan memahami aspek mengenai realita dalam

⁶ Berdasarkan hasil wawancara dengan Ari Purnama Galih pada tanggal 3 Januari 2015 pada pukul 19.30

⁷ C. Michael Hogan Phaistos fieldnotes, *The Modern Antiquarian*, 2007

kehidupan saat ini atau pada periode tertentu melalui budaya yang ada dalam wilayah tertentu. Mangkok sendiri dalam budaya Jogja yang merupakan daerah kelahiran Yoga dan Sandy sebagai *owner* dan *co-owner* dari Mie Reman, melambangkan rezeki atau penghasilan. Hingga ada istilah pagar mangkok yang memiliki filosofi sebagai sebuah tembok atau batas yang tetap menjaga keterbukaannya, filosofi tersebut biasa di representasikan di dalam hubungan sebuah perusahaan dengan karyawannya, daripada membuat pagar tembok berupa berbagai macam larangan dan pengawasan agar kinerja karyawan meningkat, lebih baik perusahaan membuat program insentif yang memotivasi karyawan untuk berkinerja lebih baik. Perusahaan cukup menetapkan indikator kinerja untuk setiap posisi pekerjaan dan kompensasi karyawan diberikan berdasarkan capaian indikator kinerjanya. Pelambangan mangkok mengenai keterbukaan tersebut merupakan sebuah filosofi yang sangat diperlukan dalam sebuah usaha.

4. Api

Dalam Logo Mie Reman, Karakter preman tersebut terlihat berapi-api dengan kobaran api membara yang menjadi latar belakang dari logo itu sendiri. Api menjadi gambaran sesuatu yang panas dan menakutkan, namun logo di sini memberi kesan yang lain terhadap penggunaan api. Secara gamblang terlihat penggunaan api membuat karakter preman di dalam logo nampak bersemangat dan menantang.



Gambar 4.5
Api

Makna Denotasi: Api

Dalam latar belakang logo Mie Reman, logo menggunakan latar dengan motif api sebagai latar logo tersebut. Api adalah zat panas yang ditimbulkan dari benda yang terbakar, berasal dari proses oksidasi sehingga berupa energi berintensitas yang bervariasi dan memiliki bentuk cahaya. Api (warnanya dipengaruhi oleh intensitas cahayanya) biasanya digunakan untuk menentukan apakah suatu bahan bakar termasuk dalam tingkatan kombusi sehingga dapat digunakan untuk keperluan manusia (misal digunakan sebagai bahan bakar api unggun, perapian atau kompor gas) atau tingkat pembakar yang keras yang bersifat sangat penghancur, membakar tak terkendali sehingga merugikan manusia (misal, pembakaran pada gedung, hutan, dan sebagainya).

Api ditemukan dengan cara membenturkan atau menggesekkan dua buah batu sampai muncul percikan api atau dengan menggosokkan sebuah kayu kering dengan kayu kering lain. Api dapat dibuat jika ada penyala (bahan yang mudah menyala jika terkena api), pemancing dan bahan bakar. Contoh penyala adalah

kayu kering yang diserut, rumput kering, pakis mati, lumut kering, jamur kering jerami, serbuk gergaji, dedaunan kering dan bagian yang mati atau membusuk dari batang pohon, serabut tumbuhan yang mengering, daun palm atau kelapa yang mati, mesiu, kapas kain kasa, serta bagian luar bambu yang di serut. Api dalam latar belakang logo berwarna oranye kemerahan dengan warna kuning dibelakangnya sebagai bentuk sesuatu yang terang dan memberi kesan positif yang meliputi karakter preman di dalam api tersebut.

Makna Konotasi: Api

Api merupakan salah satu elemen alam yang sering dijadikan inspirasi desain logo bagi berbagai komunitas dan perusahaan. Api memberikan makna pesan energi, semangat, panas, kehangatan dan cahaya. Dalam penggunaannya di latar logo Mie Reman, api bermaksud memberi kesan semangat dan semangat juang. Juga sebagai penyampaian pesan mengenai kepedasan akan Mie Reman itu sendiri. Api sendiri merupakan sebuah elemen paling penting dan paling dasar dalam kehidupan manusia karena api dapat memberikan kesan dan makna yang beragam tergantung pada interpretasi tiap-tiap individu yang memaknainya.

Dalam penggunaannya, gambar api dalam logo memberi makna mengenai semangat perusahaan yang ingin terus berjuang sebagai pelopor meskipun bermunculan banyaknya pesaing dengan konsep yang serupa dan kompetitor-kompetitor lainnya di luar sana yang berusaha menjatuhkan mereka. Dengan selalu menanamkan perasaan semangat bagaikan api yang membara dan api yang

memulai segalanya.⁸ Gambar api di dalam logo tersebut juga bermaksud memberi kesan berani dalam menghadapi tantangan preman di dalam logo tersebut untuk mengkonsumsi Mie Reman yang juga memiliki rasa pedas membara dan berkobar-kobar layaknya api. Secara lebih dalam, gambar api memberikan harapan pada perusahaan untuk tetap berusaha menuju kemakmuran tanpa termakan oleh masa dan usia.⁹

Mitos: Api

Api, merupakan salah satu pendukung kehidupan manusia. Sejak zaman purbakala api sudah digunakan. Api yang semenjak dahulu kala menjadi aspek penting dalam kehidupan manusia, dapat menunjukkan keabadian dan semangat juang. Terdapat berbagai filosofi dan pemahaman mengenai api di dunia, salah satunya Indonesia yang biasa disebut warga dunia sebagai negara api karena banyaknya sumber api atau gunung merapi aktif di wilayah seluruh Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan persepsi yang dibentuk oleh gambar api dalam logo Mie Reman sendiri bahwasanya api sebagai sebagai aspek utama dalam kehidupan manusia dan menjadi suatu bentuk kepeloporan. Di mana Mie Reman sebagai pelopor Ramen khas Indonesia harus mampu mempertahankan ciri khas dan keunikannya sebagai kuliner khas Indonesia.

⁸ Berdasarkan hasil wawancara dengan Ari Purnama Galih pada tanggal 3 Januari 2015 pada pukul 19.30

⁹ Berdasarkan hasil wawancara dengan Yoga Prasetya pada tanggal 5 Januari 2015 pada pukul 13.30 WIB

4.2.2 Interpretasi Makna Warna dalam Logo Karakter Mie Reman

Untuk dapat mengetahui makna denotasi, makna konotasi dan mitos warna pada logo Mie Reman, maka peneliti memilih warna dominan dan primer yang digunakan dalam logo. Warna primer dalam kehidupan sehari-hari di antaranya ialah merah, kuning, hijau dan biru. Sementara di antara warna-warna tersebut, warna merah dan kuning merupakan warna yang dominan digunakan dalam logo karakter Mie Reman. Makna dari masing-masing warna tersebut dijelaskan melalui uraian di bawah ini :

1. Warna Merah

Merah adalah warna yang mempunyai banyak arti, mulai dari cinta yang menggairahkan hingga lambang kekerasan dan peperangan. Warna ini tak hanya mempengaruhi psikologi, tetapi juga dapat mempengaruhi fisik manusia. Beberapa penelitian menunjukkan menatap warna merah dapat meningkatkan detak jantung dan dapat membuat kita bernapas lebih cepat.

Makna Denotasi: Warna Merah

Warna sebagai unsur Visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata ditentukan oleh cahaya. Permasalahan mendasar dari warna adalah *Hue* (spectrum warna), *Saturation* (nilai kepekatan), dan *Lightness* (nilai cahaya dari gelap ke terang). Ketiga unsur tersebut memiliki nilai dari 0 hingga ke 100. Hal yang paling menentukan adalah *Lightness*. Jika bernilai 0, maka seluruh palet warna akan menjadi hitam (gelap tanpa cahaya), sebaliknya jika bernilai 100, warna akan berubah menjadi putih, alias tidak berwarna karena terlalu silau. Pada

nilai 40 hingga 80, kita akan dapat melihat warna-warna dengan jelas. Seperti halnya warna merah pada Logo Mie Reman. Komposisi dari warna merah tersebut adalah sebagai berikut:



- Komposisi warna merah pada Logo Mie Reman:

Red : 254

Green : 4

Blue : 5

Angka-angka RGB di atas penulis dapatkan setelah melalui proses dengan menggunakan Corel Draw. Pertama-tama menulis mengimport logo Mie Reman pada file Corel Draw, lalu dilakukan proses Trace Bitmap maka akan dihasilkan gambar yang bisa dipisah-pisahkan warnanya. Setelah memisahkan warna merah dan kuning sebagai warna dominan pada logo Mie Reman, lalu penulis mencari tahu kadar campuran warna pada tiap-tiap warna dalam logo Mie Reman tersebut. Dengan cara Fill Tool (klik)- Fill Colour Dialog. Maka didapatkan komposisi warna yang membentuk warna merah dan kuning pada log Mie Reman tersebut.

Makna Konotasi: Warna Merah

Dalam budaya barat, warna merah kental dengan warna kejayaan dan hari raya Natal. Warna merah juga menandakan kegarangan dan tantangan. Warna merah juga mempunyai konotasi yang kuat dan dominan. Warna merah adalah

warna yang paling sering digunakan dalam pembuatan logo. Banyak restoran dan produk makanan yang menggunakan warna ini pada logonya, karena warna merah dapat membangkitkan gairah dan intensitas dalam semua hal.

Banyak perusahaan atau restoran cepat saji yang menggunakan warna dominan merah di logonya. Hal ini berfungsi akan menimbulkan hasrat dan keinginan pada calon pelanggannya untuk mencobanya. Warna merah dalam logo Mie Reman pun memberi kesan garang dan menantang. Warna tersebut juga memberi kesan kepada konsumen tentang keberanian mengkonsumsi Mie Reman yang notabene memiliki tingkat kepedasan yang cukup kuat.

Mitos: Warna Merah

Dalam hal ini, warna merah diambil karena paling mewakili dalam memberikan pengaruh terhadap khalayak dan masyarakat luas. Dikatakan bahwa lebih dari beribu tahun lamanya, warna merah telah dimanfaatkan oleh bangsa China kuno untuk mengundang keberuntungan dan kemakmuran. Sebagai simbol perayaan tahun baru, mengusir roh jahat dan lain sebagainya. Bahkan hingga kini pun warna merah masih menjadi warna pilihan dalam pakaian perayaan hari besar (imlek), hari pernikahan dan hari besar lainnya.

Di Indonesia merah sendiri ialah warna dari bendera Indonesia. Merah dalam bendera Indonesia melambangkan semangat perjuangan dan keberanian yang ada dalam raga manusia. Merah dalam dunia kuliner dapat dilambangkan sebagai kepedasan. Sudah menjadi kebiasaan dalam kehidupan manusia apabila melihat makanan yang berwarna merah sebagai makanan yang sangat pedas. Itulah dasar pemilihan warna merah sebagai warna dominan dalam logo Mie

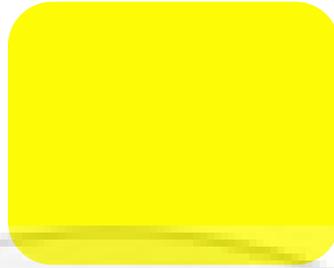
Reman, sebagai pelambangan kemakmuran bagi perusahaan dalam bisnisnya, yang sekaligus juga sebagai bentuk keberanian dan tantangan dalam mengkonsumsi kuliner pedas.

2. Warna Kuning

Kuning adalah warna matahari, cerah, membangkitkan energy dan mood. Warna yang penuh semangat dan mendorong ekspresi diri, memberi inspirasi. Warna kuning adalah sinar matahari yang memberi energy positif. Ini juga terkait dengan sukacita, kebahagiaan, dan kecerdasan. Warna kuning juga dapat diartikan “emas” dalam bentuk kemakmuran dan kesuksesan. Kuning berarti sinar kehidupan, keberuntungan, kebahagiaan, kecerdasan, kemakmuran, musim panas, pengharapan, udara, keceriaan, persahabatan, keberanian, muda, gembira, imajinasi. Kuning diasosiasikan matahari sehingga sering juga diartikan sebagai keindahan dan kehangatan.

Makna Denotasi: Warna Kuning

Pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan perbedaan warna pada retina mata untuk bereaksi terhadap komposisi-komposisi warna tertentu. Yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat. Sebagai alat desain, warna dapat dipakai untuk menarik perhatian orang yang melihatnya, mengatur susana pada sebuah gambar atau objek, dan juga mempengaruhi emosi. Seperti halnya dengan penggunaan warna kuning pada logo Mie Reman. Komposisi dari warna kuning tersebut adalah sebagai berikut:



- Komposisi warna merah pada Logo Mie Reman:

Red : 253

Green : 251

Blue : 6

Seperti dengan halnya warna merah di atas, angka-angka RGB di atas penulis dapatkan setelah melalui proses dengan menggunakan Corel Draw. Pertama-tama menulis mengimport logo Mie Reman pada file Corel Draw, lalu dilakukan proses Trace Bitmap maka akan dihasilkan gambar yang bisa dipisahkan warnanya. Setelah memisahkan warna merah dan kuning sebagai warna dominan pada logo Mie Reman, lalu penulis mencari tahu kadar campuran warna pada tiap-tiap warna dalam logo Mie Reman tersebut. Dengan cara Fill Tool (klik)- Fill Colour Dialog. Maka didapatkan komposisi warna yang membentuk warna merah dan kuning pada log Mie Reman tersebut. Pemakaian warna merah dan kuning pada logo dapat memberikan keselarasan optis. Prinsip ini juga merupakan prinsip yang menghasilkan kesan tentang keteraturan.

Makna Konotasi: Warna Kuning

Dalam logo, kuning menunjukkan kehormatan dan optimism. Kuning bersinar dengan optimis, pencerahan, nuansa kuning keemasan membawa janji

masa depan yang positif. Kuning akan maju dari warna sekitarnya dan menanamkan optimisme serta energi, serta percikan pemikiran kreatif.

Warna kuning pada logo dalam makna yang lebih dalam menunjukkan optimisme dan kehormatan. Melalui warna kuning pada logo, perusahaan memiliki harapan dapat selalu membangkitkan gairah konsumen dan memberikan energi positif pada konsumen di masa kedepannya. Warna kuning yang berpasangan dengan warna merah sendiri secara gamblang mencoba menunjukkan warna dari mie dan cabai, yang ialah Mie Reman itu sendiri. Maka dari itu lah warna kuning sendiri menjadi bagian utama dalam logo selain warna merah.

Mitos: Warna Kuning

Dalam hal mitos mengenai warna kuning adalah sesuai dengan harapan perusahaan yang ingin membangkitkan gairah konsumen dan memberikan dampak energi positif kepada konsumen kedepannya kelak. Kuning sendiri merupakan warna matahari yang di mana menunjukkan awal dari segalanya. Yang mana menggambarkan secara tidak langsung bahwa Mie Reman ialah pelopor kuliner pedas di kota Bandung. Yang paling dominan dari warna kuning ialah sifatnya yang mencolok. Oleh karena itu kuning sangat identik dengan makna kemahsyuran dan kepercayaan diri. Mie Reman sendiri merupakan modifikasi dari Mie Ramen khas Jepang. Di budaya Jepang sendiri, warna kuning diasosiasikan dengan makna keberanian dan tantangan. Sementara di Indonesia, kuning sendiri merupakan warna yang dominan digunakan dalam macam-macam filosofi dan budaya. Seperti warna kuning langsung yang merupakan warna dominan sebagai warna kulit rakyat pribumi, lalu kemudian warna kuning

keemasan pada lambang garuda pancasila yang melambangkan kejayaan dan kemerdekaan. Pada dunia kuliner Indonesia juga, ada yang biasa kita kenal pada acara-acara di Indonesia yaitu nasi kuning, di mana nasi berwarna kuning yang membentuk gunung itu melambangkan gunung emas yang bermakna kekayaan. Filosofi-filosofi dan budaya tersebut saling berselarasan yang mana sangat sesuai dengan karakter produk Mie Reman yang menantang keberanian untuk meraih kejayaan sembari tetap membumi dengan tetap menganut nasionalisme.

