

## BAB IV

### TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini, memaparkan dan menjelaskan semua temuan baik dalam bentuk fakta, data, dan informasi yang telah diolah sesuai dengan keperluan penelitian, dengan sistematika yang mengacu pada analisis teks yang berupa logo TRANS TV periode 2013, serta pertanyaan penelitian secara konsisten kepada pihak TRANS TV yang mengetahui dan memahami logo TRANS TV periode 2013 itu sendiri. Hasil temuan penelitian merupakan hasil dari analisa terhadap logo yang dikaitkan dengan hasil wawancara dengan *key informan*, studi pustaka yang cocok dengan penelitian yang diteliti. Pada bab ini yang akan menjadi fokus penelitian dari peneliti yaitu mengenai makna logo TRANS TV periode 2013 dilihat dari semiotika Ferdinand Saussure yang meliputi penanda, dan petanda. Subjek dalam penelitian disini yaitu informan yang terjun langsung dalam membuat logo dari TRANS TV yang baru sampai dengan logo tersebut di luncurkan ke media massa, informan tersebut ialah mereka yang bergerak dalam bidang *Promotion* dari TRANS TV.

Dalam bab ini peneliti menemukan temuan baru di lapangan mengenai makna logo dari TRANS TV, diperoleh dari hasil wawancara dengan informan adalah data yang telah peneliti peroleh dari hasil pengamatan terhadap logo dengan cara wawancara secara langsung. Daftar-daftar pertanyaan dalam bentuk wawancara dilakukan kepada 3 orang informan. Untuk menguji keabsahan data,

hasil temuan penelitian ini mengikuti konsep teknik pemeriksaan data kualitatif dengan menggunakan triangulasi data untuk menengecek derajat keabsahan data dalam peneltian dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah “teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian” (Moloeng, 2007:330). Dalam konsep pengujian keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Adapun teknik triangulasi data dalam penelitian ini menggunakan narasumber yang terlibat, dan mengetahui logo TRANS TV periode 2013. Adapun narasumber yang akan di wawancarai :

1. Fuadi

Seseorang yang ikut berperan penting dalam pembuatan logo baru dari TRANSMEDIA dan akhirnya TRANS TV ikut berubah logo, mulai dari pemilihan *font*, *color*, maupun karakter dari logo tersebut.

2. Tombak Matahari

Tombak yaitu seseorang yang ikut berperan penting juga dalam pembuatan logo dari TRANSMEDIA, karena pengerjaan logo baru ini dikerjakan secara bersama-sama didalam divisi *promotion* dengan divisi *grafis*

3. M. Akbar

Seseorang karyawan TRANS TV yang bergerak dalam bidang *creative* sebuah program Survivor di TRANS TV.

Narasumber tersebut sebagai data untuk menguatkan agar pembahasan pada bab ini lebih sistematis dan terarah, maka peneliti membaginya ke dalam

beberapa sub bahasan mulai dari analisis makna logo dilihat dari penanda, petanda, serta makna logo PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) Periode 2013 dilihat dari *corporate identity*.

#### **4.1.1 Temuan Penelitian dari makna Penanda Logo PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) Periode 2013**

Sebelum penulis menjelaskan hasil temuan penelitian dari penanda, terlebih dahulu akan memaparkan perubahan logo yang dimana pada elemen logo TRANS TV yang berubah dan mulai diberlakukannya pada Minggu, 15 Desember 2013. *Launching* logo baru bersamaan dengan ulang tahun TRANSMEDIA yang ke-12, pada logo yang baru ini dengan masih dengan simbol *diamond 'A'* tetapi ditengah kata TRANS TV yang merefleksikan bahwa adanya kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang didalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang, konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat, dengan banyak memunculkan warna-warna yang berani menunjukkan suatu langkah yang besar untuk kedepannya.

Makna logo TRANS TV di lihat dari penanda sebagai bentuk atau wujud fisik sebenarnya yang dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, atau gambaran jelas mengenai logo yang dibuat oleh pihak TRANS TV yang berupa bentuk, warna yang digunakan, front atau *typografi*, komposisi, aspek, senematik yang didalamnya berupa open, isi pesan, dan closing dari logo periode 2013 tersebut. Untuk lebih memperjelas mengenai logo TRANS TV periode 2013 penulis akan memperlihatkan logo tersebut di bawah ini :



(Sumber logo Trans TV periode 2013 Corporate Overview-TRANS TV-Milik Kita Bersama”, <http://www.transtv.co.id/index.php/about> Tanggal akses 10 Oktober 2014, pk1 18.10 )

#### **Gambar 4.1 Logo Trans TV periode 2013**

Gambar logo periode 2013 di atas akan dibahas satu persatu berdasarkan makna penanda yang akan dipilah satu persatu berdasarkan bentuk, warna yang digunakan, font atau typografi, komposisi, aspek senematik yang berupa open, isi pesan, dan *closing*. Untuk lebih menjelaskannya penulis akan membahas satu-persatu berdasarkan makna penanda berikut dibawah ini.

#### **1. Temuan Penanda dari Bentuk Lambang dan Tulisan TRANS TV Periode 2013**

Makna penanda berdasarakan bentuk lambang dan tulisan pada logo periode 2013 yang lebih ditonjolkan berupa simbol *diamond* di dalam huruf 'A' yang dipadukan dengan beberapa warna cerah yang berbeda dengan lambang Trans TV terdahulu yang lebih menyatukan huruf T dan V digabungkan menjadi bentuk berlian. Sementara pada logo periode 2013 simbol berlian didalam huruf “A”



(Gambar bentuk huruf A)

Sementara pada tulisan TRANS TV logo baru ini terkunci dengan simbol dan *logotype* horizontal. Agar lebih jelasnya berikut dibawah ini:

**TRANS TV**

(Gambar Tulisan TRANS TV 2013)

## **2. Temuan Penanda Berdasarkan Warna Lambang dan Tulisan TRANS TV Periode 2013**

Makna petanda dalam bentuk warna yang terkandung pada logo atau lambang TRANS TV periode 2013 menggunakan berbagai macam warna yang di kombinasikan pada simbol *diamond* di dalam huruf “A” sementara pada tulisan TRNS TV pihak TRANS TV menggunakan warna biru tua. Penggunaan warna pada simbol berlian dalam huruf “A” menggunakan kombinasi warna kuning muda dan tua, warna hijau tua dan muda, warna biru tua dan muda. warna ungu tua dan muda. Sementara pada tulisa T.R.N.S dan T.V lebih dominan pada warna biru tua.

### **3. Temuan Penanda Berdasarkan *Font* atau *Typografi* TRANS TV Periode 2013**

Makna penanda pada penggunaan *font* atau *typografi* pihak TRANS TV menggunakan penulis mengamati perubahan penggunaan *font* atau *typografi*. Bentuk tulisan yang dipakai adalah font Avenir yang sudah di modifikasi sebelumnya.

### **4. Temuan Penanda Berdasarkan Komposisi Logo TRANS TV Periode 2013**

Makna penanda dilihat dari komposisi logo TRANS TV periode 2013 berupa tata susunan yang menyangkut kesatuan, dan keselarasan dalam logo yang telah disesuaikan dengan bentuk tulisan, kombinasi warna. Gambar pada logo TRANS TV memerhatikan komposisi gambar yang dibuat dapat menghasilkan kesan yang seimbang, menyatu, berirama, dan selaras. Adapun pada komposisi tersebut berupa :

- a. Keseimbangan (*balance*) Keseimbangan adalah penggambaran objek benda yang memberikan adanya kesan keseimbangan antarbagian-bagiannya, artinya logo Trans TV 2013 tidak terkesan berat di salah satu sisi dan ringan di sisi yang lain.
- b. Kesatuan (*unity*) Kesatuan adalah suatu penggambaran logo TRANS TV 2013 yang memberikan kesan adanya kesatuan unsur-unsur yang terpadu. Kesatuan artinya keterpaduan dari bagian-bagian gambar, tidak terkesan terbelah atau terpisah

- c. Irama (*rhythm*) Irama adalah suatu penggambaran objek yang memberikan kesan pergerakan dengan alur yang teratur. Gambar yang terkesan ritmisnya akan terasa enak dipandang mata, lain dengan gambar yang acak-acakan dan tidak jelas pengaturan objeknya.
- d. Keselarasan (*harmony*) pada logo TRANS TV sebagai suatu penggambaran objek yang memberikan kesan kesesuaian antara bagian yang satu dengan bagian yang lain dalam suatu logo TRANS TV 2013 yang berbeda dengan logo televisi lain.

Komposisi logo tersebut tersusun dari satu kesatuan berdasarkan ukuran antara bagian satu dengan bagian lainnya. Kesebandingan, keseimbangan, atau kesesuaian bentuk dan ukuran logo baru TRANS TV antara bagian yang satu dengan bagian yang lain tujuannya dapat diingat oleh khalayak. Dengan menggunakan komposisi yang tepat, maka gambar logo yang dihasilkan akan tampak serasi atau terlihat bagus.

##### **5. Temuan Penanda Berdasarkan Aspek Sinematik Logo TRANS TV Periode 2013**

Makna penanda pada aspek sinematik logo TRANS TV 2013 yang memang digunakan untuk memproduksi secara *visual* yaitu sebuah gambar hidup yang diproduksi dengan format digital, disebarluaskan juga dalam bentuk digital. Sinematik pada logo TRANS TV yaitu gambar-hidup, secara kolektif *cinemathographie* dari logo TRANS TV 2013 secara *visual* melukis gerak dengan cahaya. Agar dapat melukis gerak dengan cahaya pada logo TRANS TV 2013,

penulis telah memotong beberapa gambar berdasarkan aspek sinematik yang diantaranya :



(Gambar alur sinematik logo TRANS TV 2013 tahap 1)

Potongan gambar pada sinematik logo pada gambar pertama secara open, atau pembukaan yang dimana didalamnya terdapat isi pesan yang menggambarkan mengenai jembatan layang, di atas laut.



(Gambar alur sinematik logo TRANS TV 2013 tahap 2)

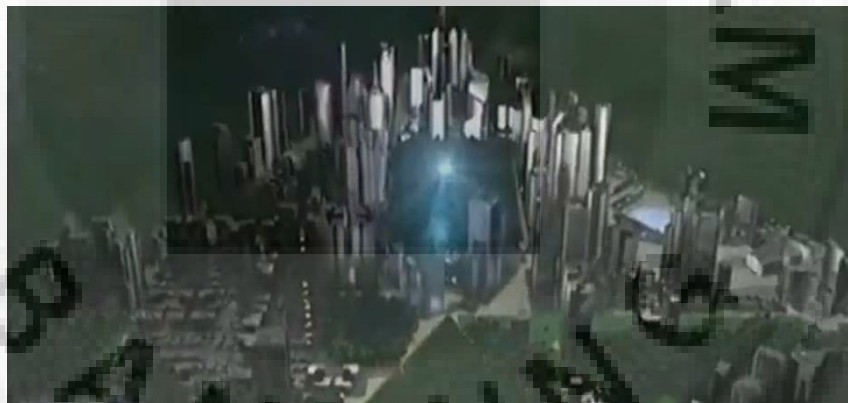
Potongan gambar pada sinematik logo pada gambar kedua *shoot* dari alur yang berjalanimana didalamnya terdapat isi pesan yang menggambarkan laju tiang jembatan dengan cahaya menuju cahaya kota, atau ibu kota.





(Gambar alur sinematik logo TRANS TV 2013 tahap 3)

Potongan gambar pada sinematik logo pada gambar ke tiga *shoot* dari alur yang menggambarkan isi pesan gedung bertingkat dengan cahaya yang menyinari kota, atau ibu kota.



(Gambar alur sinematik logo TRANS TV 2013 tahap 4)

Potongan gambar pada sinematik logo pada gambar keempat *shoot* dari alur yang menggambarkan isi pesan gedung bertingkat berbentuk huruf A dengan cahaya ditengah yang menyinari kota, atau ibu kota.



(Gambar alur sinematik logo TRANS TV 2013 tahap 5)

Potongan gambar pada sinematik logo pada gambar kelima *shoot* dari alur yang menggambarkan isi pesan gedung bertingkat dibentuk menjadi tulisan Trans di mana huruf A mempunyai cahaya yang menyinari kota, atau ibu kota.



(Gambar alur sinematik logo TRANS TV 2013 tahap 6)

Potongan gambar pada sinematik logo pada gambar keenam *shoot* dari alur yang menggambarkan isi pesan perubahan gedung bertingkat dibentuk menjadi tulisan TRANS TV dengan gerakan beberapa warna yang akan masuk kedalam huru A dengan cahaya putih.



(Gambar alur sinematik logo TRANS TV 2013 tahap 7)

Potongan gambar pada sinematik logo pada gambar ke delapan *shoot* dari alur yang menggambarkan isi pesan perubahan gedung bertingkat menjadi tulisan sempurna Trans TV dengan sempurna.

#### **4.1.2 Temuan Penelitian dari makna Petanda Logo PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) Periode 2013**

Pada temuan penelitian makna petanda dari logo TRANS TV 2013 berasal dari hasil temuan yang diambil dari makna petanda. Pada dasarnya makna petanda yaitu sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur atau maksud dari TRANS TV menciptakan logo TRANS TV 2013. Menurut penulis petanda terbentuk karena adanya eksistensi relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan signifikasi yang dimana signifikasi sistem tanda mengakses relasi elemen tanda dalam sebuah sistem berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut. Dalam hal ini petanda tanda terdiri dari maksud tujuan atau arti dari makna lambang logo yang dideskripsikan berdasarkan penanda dari logo TRANS TV 2013 tersebut.

Adapun hasil gambaran mengenai petanda dari makna logo TRANS TV periode 2013 sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Makna Petanda dari Logo TRANS TV Periode 2013**

Penanda	Petanda
	<p>Makna petanda dari simbol <i>diamond</i> di dalam huruf “A” menggunakan beberapa warna yang berupa kombinasi warna kuning tua dan muda, warna hijau tua dan muda, biru tua dan muda, ungu tua dan muda yang jika dipaparkan sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warna kuning tua dan muda Sebagai cerminan warna keemasan dimana warna tersebut menggambarkan bahwa setiap karyawan atau SDM TRANS TV terdiri dari kombinasi diantara karyawan lama yang masih bekerja di Trans TV dengan karyawan baru di mana kedua karyawan tersebut satu sama lainnya mempunyai semangat tinggi, kerjasama yang solid dalam membangun TRANS TV ke arah yang lebih baik, inovatif baik dari segi pemikiran, ide, kreativitas dalam menghasilkan program-program yang menarik dan menghibur masyarakat.</li> <li>2. Warna hijau muda dan tua Menggambarkan bahwa logo TRANS TV 2013 terdiri dari karyawan-karyawan baru yang mempunyai potensi dari segi kekayaan intelektual, selain itu gambaran warna hijau sebagai bentuk penciptaan program-program pada perubahan logo tersebut setiap program yang akan di tampilkan mempunyai unsur atau akan menggambarkan tentang kekayaan ide dan kreatif SDM TRANS TV yang baru</li> </ol>

Penanda	Petanda
	<p>yang selalu melahirkan ide yang akan ditampilkan pada program yang mencerminkan atau menayangkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta setiap SDM kaum muda TRANS TV baru memiliki ketangguhan sebagai anak bangsa yang ingin menciptakan atau menyebarkan informasi melalui tayangan TRANS TV yang lebih baru, menghibur, edukatif, dan lain sebagainya.</p> <p>3. Warna biru tua dan muda Melambangkan bahwa setiap program yang ditayangkan oleh TRANS TV akan menciptakan sajian tayangan dengan gaya baru yang dihasilkan dari ide-ide kreatif dari kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi.</p> <p>4. Warna ungu tua dan muda Menggambarkan bahwa setiap karyawan atau SDM TRANS TV baru mempunyai jiwa kemadirian, konsisten, yang selalu berpegang teguh kepada etika dan norma anak muda Indonesia yang akan menciptakan setiap programnya tidak terlepas dari tradisi keindahan dari budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.</p>

Penanda	Petanda
	<p>Makna petanda dari tulisan penggunaan <i>font</i> atau <i>typografi</i> pihak TRANS TV menggunakan penulis mengamati perubahan penggunaan <i>font</i> atau <i>typografi</i>. Bentuk tulisan yang dipakai adalah <i>Avenir</i> yang sudah dimodifikasi sebelumnya. Mempunyai maksud, arti, dan tujuan dari huruf T.R.N.S berwarna biru tebal bahwa ketebalan setiap huruf berwarna biru menggambarkan tentang penegasan atau ketegasan TRANS TV akan menyajikan program acara yang lebih baru yang mencerminkan gagasan kreatif dari kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi dengan konsep dan ide baru yang berbeda dengan sajian program acara sebelumnya. Sementara pada tulisan TV tidak tebal hal tersebut sebagai cerminan bahwa Trans adalah salah satu perusahaan di bidang televisi</p>
	<p>Makna petanda dari gambar pada sinematik logo pada gambar pertama secara open, atau pembukaan yang dimana didalamnya terdapat isi pesan yang menggambarkan mengenai jembatan layang, di atas laut. Maksud dari arti gambar tersebut bahwa logo TRANS TV adalah saluran televisi yang mengalir dengan saluran program acara yang beraneka ragam disajikan untuk masyarakat. Sementara beberapa kilauan cahaya warna biru menggambarkan setiap program yang ditayangkan oleh TRANS TV akan menciptakan sajian tayangan dengan gaya baru yang dihasilkan dari ide-ide kreatif dari kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Kilauan cahaya bewarna ungu sebagai gambaran karyawan atau SDM TRANS TV baru yang mempunyai jiwa kemadirian, konsisten, yang selalu berpegang teguh kepada etika dan norma anak muda Indonesia yang akan</p>




Penanda	Petanda
	<p>menciptakan setiap programnya tidak terlepas dari tradisi keindahan dari budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa. Sementara kilauan cahaya berwarna hijau menggambarkan bahwa karyawan baru mempunyai potensi dari segi kekayaan intelektual yang akan menciptakan program-program dari kekayaan ide dan kreatif yang sajiannya menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta setiap SDM kaum muda TRANS TV baru memiliki ketangguhan sebagai anak bangsa yang ingin menciptakan atau menyebarkan informasi melalui tayangan TRANS TV yang lebih baru, menghibur, edukatif, dan lain sebagainya.</p>
	<p>Makna petanda dari gambar pada sinematik logo pada gambar kedua secara <i>shoot</i> dari alur pembukaan yang dimana didalamnya terdapat isi pesan yang menggambarkan mengenai tiang jembatan layang, yang didepannya terdapat cahaya. Artinya gambar tersebut mencerminkan bahwa TRANS TV baru adalah sebagai saluran yang bisa menghibur masyarakat yang lebih inovatif dari program terdahulu. Sementara penggunaan desain logam mempunyai arti TRANS TV 2013 akan menciptakan informasi yang lebih modern, di mana logam itu sendiri sebagai simbol dari perkembangan jaman modern yang semakin maju, selain itu gambaran logam itu sendiri sebagai bentuk permaculture di mana setiap program TRANS TV tidak hanya menginformasikan mengenai saluran modern saja melainkan ada kombinasi diantara jaman modern dengan kekayaan alam Indonesia yang lebih menyalurkan tayangan yang tidak lupa akan sumber kekayaan alam. Sementara kilauan</p>

Penanda	Petanda
	<p>cahaya berwarna kuning keemasan yang berjalan menuju cahaya putih menggambarkan SDM TRANS TV baru mempunyai semangat tinggi, dalam membangun TRANS TV kearah yang lebih baik, inovatif baik dari segi pemikiran, ide, kreativitas dalam menghasilkan program-program yang menarik dan menghibur masyarakat. Dan cahaya melaju lurus menggambarkan bahwa TRANS TV akan terus konsisten dan terus berjuang menampilkan program baru untuk mendapatkan perhatian masyarakat yang terus berusaha bersaing dengan televisi lain sekalipun persaingan tersebut berat, namun TRANS TV terus bekerja keras untuk menyajikan program yang lebih baik daripada sebelumnya.</p>
	<p>Makna petanda dari potongan gambar pada sinematik logo pada gambar ke tiga <i>shoot</i> dari alur yang menggambarkan isi pesan gedung bertingkat dengan cahaya yang menyinari kota yang mempunyai arti bahwa posisi cahaya di tengah gedung sebagai bentuk gambaran bahwa TRANS TV terlahir dari ibu kota Jakarta yang setiap program acaranya akan menyajikan program yang aktual, modern, dan kemajuan. Pada gambar ini, pihak TRANS TV ingin menciptakan pemikiran pada program yang lebih modern dalam menyuguhkan program acaranya, karena TRANS TV ingin menciptakan saluran televisi yang bisa menyeimbangkan perubahan jaman dan ingin menciptakan bahwa di Negara berkembang seperti Indonesia ada salah satu televise swasta tidak kalah menarik atau tidak kalah modern dengan televisi yang ada di mancanegara.</p>



Penanda	Petanda
	<p>Makna petanda dari potongan gambar pada sinematik logo pada gambar kelima <i>shoot</i> dari alur yang menggambarkan isi pesan gedung bertingkat berbentuk huruf A dengan cahaya ditengah yang menyinari kota yang mempunyai arti bahwa di tengah ibu kota telah lahir kembali stasion televisi swasta Indonesia yang akan menyajikan program acara yang baru, inovatif yang dapat bersinar dan maju dibandingkan dengan program acara televisive lain. Selain itu gambaran kota sebagai lambing kemajuan dari segi program yang disajikan TRANS TV dijadikan salah satu program yang lebih menambah wawasan dan daya pikir yang lebih modern bagi khalayak masyarakat Indonesia sebagai audiencennya.</p>
	<p>Makna petanda dari potongan gambar pada sinematik logo pada gambar keenam <i>shoot</i> dari alur yang menggambarkan isi pesan gedung bertingkat dibentuk menjadi tulisan Trans di mana huruf A mempunyai cahaya yang menyinari kota diibaratkan atau diartikan sebagai salah satu stasiun televisi swasta yang akan menyajikan program yang menghibur, edukasi bagi bangsa Indonesia dan manca Negara. Sementara futuristik di kelilingi warna hijau dan biru menggambarkan bahwa hijau yang mengelilingi logo TRANS TV diartikan sebagai lahirnya TRANS TV baru di Negara Indonesia yang mempunyai sumber kekayaan alam yang sangat banyak yang nantinya akan diinformasikan melalui program TRANS TV yang tidak terlepas dari penggambaran kekayaan Indonesia, dari segi kemakmuran, kesejahteraan, dari kekayaan alam yang dihasilkan. Sementara diatasnya langit yang biru menggambarkan bahwa adanya TRANS TV baru sebagai stasiun televisi swasta</p>

Penanda	Petanda
	Indonesia yang mempunyai kreativitas yang tinggi untuk menyajikan program bagi masyarakat Indonesia maupun mancanegara.
	<p>Makna petanda dari potongan gambar pada sinematik logo pada gambar keenam <i>shoot</i> dari alur yang menggambarkan isi pesan perubahan kota dibentuk menjadi tulisan TRANS TV dengan gerakan beberapa warna yang akan masuk kedalam huruf A dengan cahaya putih. Gambar tersebut mengartikan bahwa setiap warna yang masuk pada tulisan TRANS TV sebagai bentuk saluran program terlahir dari fenomena yang terjadi di Indonesia dan mancanegara yang dapat mewarnai informasi baik hiburan, edukasi yang menarik dari TRANS TV yang terlahir dan berdiri di ibu kota Indonesia.</p> <p>Perjalanan gabungan cahaya dalam logo TRANS TV menjelaskan hukum refleksi sebagai bentuk visi yang melibatkan gabungan sinar warna biru, kuning, ungu kedalam huruf A yang bersinar berwarna putih menunjukkan sinar putih menggambarkan sisi kebaruan yang akan di tonjolkan oleh TRANS TV dari program yang akan disalurkan yang terus berjalan mengikuti arus jaman sinar cahaya putih yang terdapat di dalam huruf A sebagai cermin yang akan menggabungkan atau sebagai gabungan program TRANS TV yang diciptakan oleh SDM TRANS TV yang mempunyai berbagai macam ide kreatif dari generasi muda yang melahirkan program yang beragam topik berbeda yang lebih bermanfaat bagi masyarakat sebagai <i>audiencenya</i></p>

Penanda	Petanda
	<p>Makna petanda dari potongan pada gambar ketujuh <i>shoot</i> dari alur yang menggambarkan isi pesan perubahan gedung bertingkat menjadi tulisan sempurna TRANS TV dengan sempurna. Yang mengratikan bahwa logo TRANS TV 2013 adalah logo baru yang terlahir dari televisi swasta Indonesia yang mempunyai saluran program baru dengan konsep, ide baru yang disajikan untuk masyarakat. Sementara <i>background</i> warna biru muda yang ditengahnya berwarna putih menggambarkan bahwa setiap program yang ditayangkan oleh TRANS TV akan menciptakan sajian tayangan dengan gaya baru yang dihasilkan dari ide-ide kreatif dari kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi.</p>

**Tabel 4.2**  
**Makna Petanda pada *Backsound* Musik Logo TRANS TV Periode 2013**

Makna Petanda	<i>Backsound</i> Musik Logo Trans TV Periode 2013
Musik yang mengiringi sinematik logo Trans TV 2013	<i>Backsound</i> musik yang mengiringi sinematik pada logo TRANS TV 2013 berjenis aransmen instrumen <i>Concert hall ambience</i> yang disesuaikan dengan sinematik alur dari logo TRANS TV 2013. Penyesuaian komposisi musik dengan sinematik logo di dasarkan atas sebuah komposisi yang telah ada sehingga esensi musiknya sesuai dengan makna logo yang ditampilkan sehingga sesuai dengan harmoni antara logo dan <i>backsound</i> musik

*Backsound* musik yang mengiringi sinematik pada logo TRANS TV 2013 berjenis aransmen instrumen *Concert hall ambience* yang disesuaikan dengan alur dari logo Trans TV 2013 sebagai media untuk berekspresi yang hanya dinikmati pada waktu-waktu tertentu sehingga mempengaruhi audience terhadap logo yang

ditampilkan. *Backsound* musik yang mengiringi sinematik pada logo TRANS TV 2013 merupakan bentuk pesan ekspresi TRANS TV yang dapat mempengaruhi perasaan-perasaan atau emosi *audience* yang melihat perubahan logo tersebut. Mendengar musik dengan tipe seperti itu, akan menimbulkan kesan mewah, megah dan eksklusif, pilihan *backsound* yang ditampilkan oleh TRANS TV selaras dengan simbol dari sebuah berlian sebagai lambang sesuatu yang memiliki kualitas tinggi.

Makna petanda pada logo 2013 terdapat pada TRANS TV menganalogikan berlian pada huruf “A” sebagai bahan acuan yang menciptakan pembentukan sebuah logo meliputi sebuah warna, bentuk dan huruf. Warna merupakan salah satu elemen terpenting dalam pembuatan sebuah logo, agar dapat membedakan logo perusahaan tersebut dengan logo perusahaan lainnya, dan juga sebagai penyempurna dalam sebuah logo karena didalam sebuah warna memiliki filosofi arti tersendiri yang berbeda-beda.

Warna yang ditonjolkan oleh logo TRANS TV baru ini masih mengikuti logo lama yang dominan dengan warna biru, karena warna biru merupakan hasil dari pancaran atau kilauan dari sebuah berlian yang dimiliki oleh TRANS TV dan warna biru menggambarkan sebuah kesejukan. Warna dalam logo baru TRANS TV lebih banyak bermain warna yang di dalamnya memiliki filosofi yang berkaitan dengan perusahaan, warna yang terkandung dalam logo baru ini yaitu warna kuning tua dan muda, hijau tua dan muda, biru tua dan muda, dan ungu tua dan muda dalam kombinasi warna datar dan nada warna gelap dari masing-masing PANTONE® 2756 C. Filosofi warna yang terkandung dalam logo

TRANS TV ini lebih mencerminkan keindahan alam yang ada di Indonesia dan masyarakat Indonesia. Menurut Fuadi M. Dalam wawancaranya mengatakan :

Penggunaan warna kuning sebagai cermin keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia. Selain itu, warna kuning juga bisa diartikan sebagai bentuk pencerahan yang bisa mencerahkan khalayak pada saat menonton semua tayangan pada setiap program yang ditampilkan oleh TRANS TV tersebut.<sup>1</sup>

Perpaduan antara warna kuning tua dan muda yang terkandung dalam logo TRANS TV ini terlihat lebih *fresh* dari logo yang terdahulunya dengan berani menyematkan warna kuning dalam logo baru ini, seperti warna kuning yang terkandung dalam filosofi logo TRANS TV, TRANS TV selalu berusaha membangun kerja sama yang baik dan menginginkan hasil yang gemilang seperti warna kuning yang memancarkan sebuah kebinaran dan optimisme atas kerja sama yang ada dalam perusahaan. Sementara penggunaan warna hijau menurut Fuadi. M, yaitu “sebagai penggambaran kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa”.<sup>2</sup>

Perpaduan antara warna hijau tua dan muda yang terkandung dalam logo baru ini menghasilkan sebuah warna baru dari logo lama, warna hijau ini dipadupadankan dengan warna lainnya akan menjadi indah karena warna hijau ini lebih mendekati ke arah warna kuning yang serasi. Dilihat dari filosofi yang ada bahwa TRANS TV menginginkan dengan adanya warna hijau ini TRANS TV akan menciptakan penuh kreatifitas dengan kekayaan alam yang Indonesia miliki dapat mewujudkan sebuah ide dan kreatifitas baru untuk membuat sebuah

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Fuadi. M Pada tanggal 29 Desember 2014

<sup>2</sup> Wawancara dengan Fuadi. M Pada tanggal 29 Desember 2014

program-program baru yang berkaitan dengan alam yang ada di Indonesia dan memanfaatkan alam yang Indonesia miliki dan mengangkat keindahan alam di Indonesia. Sementara penggunaan warna biru tua dan muda menurut M. Akbar dalam wawancaranya menambahkan :

Penggunaan warna biru tua dan muda melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Selain itu, warna biru sebagai bentuk kesejahteraan serta kemakmuran dan ketenangan dari sebuah karya anak bangsa yang menciptakan program televisi yang baik.<sup>3</sup>

Dilihat dari filosofi warn yang dibuat oleh TRANS TV ini menggambarkan bahwa adanya sebuah keinginan dari TRANS TV yaitu adanya sebuah kreatifitas dari divisi-divisi yang ada di TRANS TV untuk meluangkan ide dan kreatifitas yang di wujudkan bersama dalam sebuah program-program yang akan di buat agar dapat menarik masyarakat dan memiliki program yang panjang, memiliki sebuah program yang menghibur tetapi mendidik yang akan menjadi program kesayangan pemirsanya.

Penggunaan kombinsai warna biru tua dan muda, jika di visualisasikan warna biru yang diciptakan TRANS TV pada logonya sebagai penanda dari kesejahteraan, kemakmuran, dari sebuah karya anak bangsa yang menciptakan program televisi. Selain itu warna biru juga diartikan sebagai kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi terhadap ide, kreatif dalam menciptakan program televisi yang menarik bagi khalayak sebagai

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan M. Akbar Pada tanggal 29 Desember 2014



penontonnya. Sementara penggunaan warna ungu, menurut Tombak Matahari dalam wawancaranya menjelaskan :

Alasan penggunaan warna ungu dari logo TRANS TV yang baru itu sendiri menggambarkan salah satunya yaitu untuk menciptakan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu ingin dipuja dan dihargai sepanjang masa, baik oleh khalayak penonton Indonesia maupun luar negeri.<sup>4</sup>

Warna ungu yang dimiliki dalam logo baru ini menggambarkan atas semua ide kreativitas yang dibuatnya supaya dapat dihargai dan dikagumi oleh pemirsanya disepanjang masa, karena warna ungu digambarkan sebagai warna yang dewasa dan matang. Dengan memikirkan sebuah program-program yang matang dan selalu belajar dari sebuah kesalahan itulah sebuah kedewasaan. Pada logo baru masih menggambarkan tentang berlian di mana berlian tersebut sebagai bentuk makna yang mempunyai kekuatan yang khas dari setiap program TRANS TV, di mana pada dasarnya setiap program yang di persembahkan atau yang ditayangkan oleh Trans TV menarik dan berbeda dari tayangan-tayangan televisi lain. Menurut Fuad. M, dalam wawancaranya mengatakan :

Berlian merupakan sebuah batu mulia yang paling keras, yang susah untuk dipisahkan hal tersebut diibaratkan bahwa TRANS TV bisa bersaing dengan stasiun televisi yang lain dan menjadi yang paling bersinar, dan tetap kita pilih ikon dari berlian karena kita tidak mau meninggalkan yang udah dirancang sebelumnya.<sup>5</sup>

Bentuk visualisasi berlian pada logo TRANS TV ini menginginkan sebuah keabadian dan memiliki daya pikat yang mahal untuk menampilkan sebuah ide dan kreatifitas, menciptakan hal baru yang belum pernah terjadi yang akan

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Tombak Matahari Pada tanggal 29 Desember 2014

<sup>5</sup> Wawancara dengan Fuadi. M Pada tanggal 29 Desember 2014

menjadikan karya tersebut mahal seperti halnya sebuah berlian yang daya jual dan nilainya sangat tinggi. *Logotype* yang terkandung dalam logo TRANS TV ini berbentuk seperti banyaknya bongkahan berlian yang berkumpul menjadi satu dan berkumpul dalam huruf “A” pada kata TRANS TV.

Huruf yang digunakan dalam logo baru TRANS TV ini menggunakan sistem aplikasi yang menciptakan tampilan dan nuansa yang dapat dibedakan, yang dapat membantu untuk membedakan TRANS TV dengan pesaing lainnya. Menyediakan Struktur untuk semua aplikasi guna memastikan konsistensi dan citra perusahaan yang profesional. Tipografi menambahkan elemen khusus untuk identitas perusahaan yang baik untuk meningkatkan dan membedakan perusahaan dengan yang lainnya.

*Avenir, font* ini akan membantu untuk menyampaikan karakteristik utama dari identitas perusahaan. *Avenir* adalah jenis huruf utama yang digunakan untuk semua yang ada dalam perusahaan, publikasi dan pemasaran. Jenis huruf yang digunakan logo baru ini merupakan turunan dari logo lama, yang sebenarnya sudah dimodifikasi awalnya dari *Avenir* dalam bahasa yang berarti (*in a good*) mengikuti gerakan yang benar.

Makna petanda dari logo TRANS TV 2013 ini terkunci dengan simbol dan *logotype* horizontal. Logo TRANS TV ini mewakili huruf “A” yang berbentuk berlian hanya milik TRANS TV dan dengan adanya kata “TV” dalam logo “TRANS TV” menunjukkan bahwa logo ini milik dari sebuah stasiun televisi. Semua internal TRANS TV sudah mengetahui mengenai pergantian logo sebagai bentuk dari kesepakatan bersama pihak TRANS TV. Adapun penggunaan



berbentuk berlian baik logo yang lama dan logo yang baru mempunyai simbol dari kebudayaan TRANS TV yang ingin menciptakan ciri khas yang lain dari televisi yang lain. Dalam hal ini Fuad. M dalam wawancaranya mengatakan :

Makna berlian sudah menjadi milik TRANS TV, yang dapat membedakannya dengan stasiun televisi lain. Makna berlian yang disematkan pada huruf A yang ada pada logo “Trans” itu merupakan makna yang dimiliki oleh Trans TV dan hak milik dari TRANS TV, yang pada akhirnya di gunakan dalam semua *attribute* yang akan digunakan oleh internal kita, yang telah disepakati bersama.<sup>6</sup>

Penciptaan makna petanda baru dari logo TRANS TV menggunakan berlian sebagai pemaknaan identitas dari TRANS TV yang bertujuan untuk membedakan dengan televisi lain. Penciptaan logo dengan berlian sebagai bentuk kesepakatan dari intern TRANS TV yang ingin menafsirkan atau menciptakan ciri khas yang berbeda dengan televisi lain. Penciptaan logo dengan simbol berlian sebagai bentuk budaya yang diciptakan TRANS TV untuk merepresentasikan ciri khas logo televisi. Sementara M. Akbar di ruang lain dalam wawancaranya menambahkan :

Penciptaan simbol berlian mendeskripsikan bahwa logo berlian itu milik stasiun televisi TRANS TV, simbol berlian yang dari logo lama masih tetap dibawa dalam logo baru, karena sudah menimbulkan identitas tersendiri bagi TRANS TV yang memiliki simbol sebuah berlian. Logo berlian baik pada yang lama ataupun yang baru sekarang ini, sebagai salah satu bentuk budaya yang diciptakan TRANS TV berdasarkan kesepakatan bersama dengan tujuan logo tersebut menjadi logo ciri khas yang di kenal khalayak sebagai penontonnya.<sup>7</sup>

Jika dianalisis, penggunaan lambang berlian pada logo TRANS TV 2013 merupakan representasi identitas TRANS TV yang bertujuan untuk membedakan

<sup>6</sup> Wawancara dengan Fuadi. M Pada tanggal 29 Desember 2014

<sup>7</sup> Wawancara dengan M. Akbar Pada tanggal 29 Desember 2014

dengan logo televisi lain. Penciptaan logo berlian dari logo TRANS TV 2013 bertujuan untuk menciptakan identitas khas yang dapat dikenal oleh khalayak sebagai penontonnya.

#### 4.2 Pembahasan Penelitian

Logo merupakan hal terpenting yang harus di perhatikan dalam membuat sebuah perusahaan atau organisasi, logo menjadi bagian dari identitas perusahaan yang akan menghasilkan sebuah citra perusahaan, berubahnya sebuah logo dalam perusahaan sangat lumrah terjadi. Contohnya seperti stasiun televisi yang sudah lama berdiri, dan sudah banyak di kenali masyarakat dapat berubah logo dengan logo yang baru dan tentunya identitas perusahaannya berubah mengikuti logo tersebut berubah.

Pembuatan logo harus dipikirkan secara matang, dilihat dari segi *on air look*, dari segi *frame* juga harus dipikirkan secara matang. Dalam pengerjaan logo dikerjakan berbarengan oleh semua devisi *promotion* dan dibantu juga dengan devisi *grafis*, susahnya dalam pembuatan sebuah logo yang menarik karena logo tersebut harus bagus terlihat di televisi dan harus bagus untuk di *prin.*, untuk beban yang harus dirasakan yaitu logo yang di buat tidak boleh lebih jelek dari *brand image* yang logo lama karena logo TRANS TV yang lama sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas. Karena logo tersebut sebagai bentuk pencitraan bagi TRANS TV itu sendiri. *Internal Impact* dari gantinya logo tidak dapat dirasakan oleh perusahaan, karena yang merakasan adalah *eksternal* “masyarakat” logo itu harus lebih *ellegant* dan tidak terlihat kampungan, masih dalam kelasnya.

Secara *rating* TRANS TV berada di *middle*, karena yang mempengaruhi *rating* itu adalah program-programnya, bukanlah dari sebuah logo. Logo hanya sebagai bungkusnya saja, yang utamanya itu programnya. Pada saat lagi hebohnya program yang dimiliki TRANS TV yaitu “YKS” yang menduduki *rating* pertama, dan sekarang setelah berganti logo tidak ada efeknya sama sekali untuk masalah *rating*, sekarang bagaimana TRANS TV dapat bertahan dengan memiliki program-program yang menarik dan menjadi stasiun televisi nomer satu di Indonesia. Rating TRANS TV dengan logo 2013 sebagai ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat atau prosentase acara TRANS TV yang ditonton oleh pemirsa pada saat di tayangkan di mana pada perubahan logo tersebut salah satu program TRANS TV yaitu YKS mendapat perhatian bahkan menjadi daya tarik bagi masyarakat sebagai penontonnya.

#### **4.2.1 Makna Penada dalam Logo TRANS TV Periode 2013**

Logo adalah “presentasi, sosok atau penampilan visual yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan” (Jefknis 2006:367). Seiring berjalannya waktu dan semakin canggihnya dunia *design*, sebuah logo yang tadinya rumit bisa menjadi sederhana dan mudah untuk diingat oleh masyarakat atau publiknya dengan bertambahnya elemen-elemen logo yang mempunyai filosofi yang baik dan warna-warna yang menarik dapat memperindah sebuah logo tersebut.

Identitas suatu perusahaan merupakan cerminan dari visi, misi suatu perusahaan yang divisualisasikan dalam logo perusahaan. Logo merupakan suatu

hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat non-visual dari suatu perusahaan, misalnya budaya, perilaku, sikap, kepribadian, yang dituangkan dalam bentuk visual. (Suwardikum, 2000:7). Menurut pendapat penulis bahwa saat ini perkembangan dunia periklanan semakin bersaing, maka sebuah logo menjadi peranan yang sangat penting dalam menciptakan perusahaan atau suatu produk, terutama dalam sebuah strategi *brand* dalam sebuah produk yang bersaing pada saat ini. Fungsi dari logo tersebut menjadi sebuah identitas perusahaan sehingga secara tidak langsung dapat diingat dan diketahui oleh masyarakat.

Seperti yang dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure penanda (*signifier*) sebagai bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur atau orang yang menciptakan logo Trans TV periode 2013 tersebut di mana logo TRANS TV 2013 yang terkunci dengan simbol dan *logotype* horizontal. Pemaknaan petanda pada logo TRANS TV 2013 menggunakan berlian pada huruf “A” yang dipadukan dengan campuran warna seperti warna kuning, hijau, biru dan ungu pada dasarnya lebih dibuat dengan berbagai macam aksesoris warna yang mempunyai maksud *me-refresh* agar semuanya di tampilkan secara kebaruan. Visualisasi penanda pada logo TRANS TV 2013 berbentuk berlian yang merupakan penanda stasiun televisi Trans TV ini bertujuan untuk mempermudah atau dapat mudah dikenali oleh khalayak sebagai penontonnya, dengan gambar berlian pada *visualisasi* logo agar khalayak penonton mengingat logo yang ditampilkan. Menurut Warwick Mules, dalam bukunya “*Introducing Cultural and Media Studies*” mengatakan bahwa :

Logo, pada simbol perusahaan dapat cepat mudah dikenali oleh khalayak apabila logo sebelumnya dan logo yang baru mempunyai sisi yang sama

baik dari bentuk, warna, dan pond yang digunakan. hal tersebut guna untuk menciptakan khalayak tidak bingung serta tidak lupa pada logo yang diciptakan sebelumnya (Warwick, 2002 : 98).

Pemaknaan petanda pada logo TRANS TV 2013 sebagai bentuk preferensi subjektif dari TRANS TV yang bertujuan memberikan sebuah informasi yang menarik dan hiburan yang mendidik untuk pemirsanya dengan lambang berlian yang diciptakan. Di mana pada logo tersebut berlian tersebut memiliki sebuah keindahan dan memiliki pancaran sinar dari berbagai sudut yang ada. Trans TV menginginkan sebuah kilauan yang bersinar atas program-program yang dimilikinya dan akan terus berkilau seperti layaknya sebuah berlian yang tidak akan pernah pudar pancaran kilauannya. Berlian merupakan perhiasan yang paling tinggi kedudukannya dan paling mahal nilainya, semua orang yang melihatnya akan terpancar atas kilauan yang dimiliki oleh berlian tersebut. Begitupun yang diinginkan oleh Trans TV, yang menginginkan semua program-program yang dimilikinya selalu digemari oleh masyarakat luas dan menjadi sebuah stasiun televisi yang terus berkilau dibandingkan dengan stasiun televisi lainnya.

Pergantian logo tersebut bertujuan menampilkan segala sesuatu hal yang bersifat kebaruan, mempunyai berbagai macam program acara yang berbeda-beda atau bewarna, sehingga pergantian dari logo yang sebelumnya hanya berlian berwarna biru bersalur putih, sekarang berganti menjadi berlian yang seperti berbentuk huruf "A" dengan berbagai macam ornamen warna pada tipe *logotype* dan memiliki filosofi yang berbeda dengan logo yang sebelumnya. Agar lebih menggambarkan makna ikon pada logo baru TRANS TV.

### 4.3.2 Makna Petanda dalam Logo TRANS TV Periode 2013

Petanda pada logo TRANS TV 2013 sebagai pertanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan/atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur. Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi adalah sistem tanda yang mempelajari relasi elemen tanda dalam sebuah sistem berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut. Secara petanda pembuatan logo tersebut mempunyai maksud untuk menciptakan kebaruan baik secara sistem manajemen TRANS TV, staf, dan program-program acara yang akan disiarkan kepada khalayak sebagai penontonnya.

Dalam logo TRANS TV 2013 memiliki tanda pada huruf “A” yang divisualisasikan terhadap sebuah berlian terdiri dari beberapa bongkahan berlian yang menjadi kesatuan dengan memiliki empat warna yaitu warna kuning, hijau, biru dan ungu. Pada setiap tanda logo baru dari TRANS TV memiliki makna yang perusahaan sampaikan untuk masyarakat sebagai khalayaknya dan dapat sampai kepada pemahaman masyarakat. Logo baru TRANS TV menganalogikan berlian sebagai acuan, karena mengikuti logo lama akan tetapi dibuat dengan lebih modern dan dikerjakan dengan bersama-sama oleh divisi yang ada di TRANS TV yaitu divisi promo dan desain, dengan banyak menggunakan aplikasi baru yang sedikit rumit hingga logo tersebut dapat ditayangkan dengan sempurna dilayar kaca dalam pembentukan sebuah logo meliputi sebuah warna, bentuk dan huruf.

Petanda pada logo TRANS TV 2013 berupa penggunaan warna yang merupakan salah satu elemen terpenting dalam pembuatan sebuah logo, agar dapat membedakan logo perusahaan tersebut dengan logo perusahaan lainnya, serta sebagai penyempurna dalam sebuah logo karena didalam sebuah warna memiliki filosofi arti tersendiri yang berbeda-beda. Secara makna indeks penggunaan warna biru pada logo baru TRANS TV yang ditonjolkan masih mengikuti warna logo lama yang dominan dengan warna biru, karena warna biru merupakan hasil dari pancaran atau kilauan dari sebuah berlian yang dimiliki oleh TRANS TV dan warna biru menggambarkan sebuah kesejahteraan.

Pada petanda dari warna dalam logo baru TRANS TV lebih banyak bermain warna yang di dalamnya memiliki filosofi yang berkaitan dengan perusahaan, warna yang terkandung dalam logo baru ini yaitu warna kuning, hijau, biru dan ungu dalam kombinasi warna datar dan nada warna gelap dalam logo TRANS TV baru lebih mencerminkan keindahan alam yang ada di Indonesia dan masyarakat Indonesia. Konsep warna kuning yang terkandung dalam logo baru TRANS TV bertujuan untuk menciptakan *fresh* dari logo yang terdahulunya dengan berani menyematkan warna kuning dalam logo baru ini, seperti warna kuning yang terkandung dalam filosofi logo TRANS TV, TRANS TV selalu berusaha membangun kerja sama yang baik dan menginginkan hasil yang gemilang seperti warna kuning yang memancarkan sebuah kebinaran dan optimisme atas kerja sama yang ada dalam perusahaan. Menurut James H. Flower, dalam bukunya "*Visualisasi seni warna dalam simbol*" mengatakan bahwa :

Warna kuning adalah lambang sinar matahari, keceriaan, kegembiraan, optimisme, kekayaan (emas), harapan, liberalisme, ketidakjujuran, ramah,



keserakahan, kelemahan, dan lain-lain. Akan tetapi berbeda dengan persepsi di Negara mesir bahwa warna kuning berarti berkabung, serta di Jepang berarti keberanian. Pada zaman pertengahan (Middle Age) warna kuning digunakan untuk menyimbolkan setan dan kematian (Flower, 2002 : 89).

Penggunaan warna kuning pada logo baru TRANS TV mempunyai makna sikap optimis atas kerjasama yang dibangun dari tim manajemen yang menciptakan program-program yang menarik bagi khalayak penontonnya. Penggunaan warna kuning pada berlian yang dibentuk huruf "A" menggambarkan filosofi yang selalu berusaha membangun kerja sama yang baik dan menginginkan hasil yang gemilang dari ide-ide program baru yang akan ditampilkan untuk masyarakat Indonesia maupun luar Indonesia sebagai khalayak penontonnya.

Sementara pada petanda dalam menggunakan warna hijau yang terkandung dalam logo baru menghasilkan sebuah warna baru dari logo lama, warna hijau ini dipadupadakan dengan warna lainnya akan menjadi indah karena warna hijau ini lebih mendekati ke arah warna kuning yang serasi. Dilihat dari filosofi yang ada bahwa TRANS TV menginginkan dengan adanya warna hijau ini TRANS TV akan menciptakan penuh kreativitas dengan kekayaan alam yang Indonesia miliki dapat mewujudkan sebuah ide dan kreativitas baru untuk membuat sebuah program-program baru yang berkaitan dengan alam yang ada di Indonesia dan memanfaatkan alam yang Indonesia miliki dan mengangkat keindahan alam di Indonesia. Dilihat dari filosofi warn yang dibuat oleh TRANS TV ini menggambarkan bahwa adanya sebuah keinginan dari TRANS TV yaitu adanya sebuah kreativitas dari divisi-divisi yang ada di TRANS TV untuk meluangkan ide dan kreatifitas yang di wujudkan bersama dalam sebuah program-



program yang akan di buat agar dapat menarik masyarakat dan memiliki program yang panjang, memiliki sebuah program yang menghibur tetapi mendidik yang akan menjadi program kesayangan pemirsanya.

Penggunaan warna biru, jika di visualisasikan warna biru yang di ciptakan Trans pada logonya sebagai penanda dari kesejahteraan, kemakmuran, dari sebuah karya anak bangsa yang menciptakan program televisi. Selain itu warna biru juga diartikan sebagai kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi terhadap ide, kreatif dalam menciptakan program televisi yang menarik bagi khalayak sebagai penontonnya. “Warna biru melambangkan kepercayaan, setia, damai, kesejukan, percaya diri, loyalitas, dapat diandalkan, kebijaksanaan, kekuatan, ketahanan, dan persahabatan. Biru muda akan menenangkan dan menolong berkonsentrasi dengan tenang” Nugroho (2008:37).

Sementara penggunaan warna ungu yang di miliki dalam logo baru ini menggambarkan atas semua ide kreativitas yang dibuatnya supaya dapat dihargai dan dikagumi oleh pemirsanya disepanjang masa, karena warna ungu digambarkan sebagai warna yang dewasa dan matang. Dengan memikirkan sebuah program-program yang matang dan selalu belajar dari sebuah kesalahan itulah sebuah kedewasaan. Pada logo baru masih menggambarkan tentang berlian di mana berlian tersebut sebagai bentuk makna yang mempunyai kekuatan yang khas dari setiap program TRANS TV, di mana pada dasarnya setiap program yang di persembahkan atau yang ditayangkan oleh TRANS TV menarik dan berbeda dari tayangan-tayangan televisi lain.

Bentuk visualisasi berlian pada logo TRANS TV ini menginginkan sebuah keabadian dan memiliki daya pikat yang mahal untuk menampilkan sebuah ide dan kreativitas, menciptakan hal baru yang belum pernah terjadi yang akan menjadikan karya tersebut mahal seperti halnya sebuah berlian yang daya jual dan nilainya sangat tinggi. *Logotype* yang terkandung dalam logo TRANS TV ini berbentuk seperti banyaknya bongkahan berlian yang berkumpul menjadi satu dan berkumpul dalam huruf “A” pada kata TRANS TV.

Huruf yang digunakan dalam logo baru TRANS TV ini menggunakan sistem aplikasi yang menciptakan tampilan dan nuansa yang dapat dibedakan, yang dapat membantu untuk membedakan TRANS TV dengan pesaing lainnya. Menyediakan Struktur untuk semua aplikasi guna memastikan konsistensi dan citra perusahaan yang profesional. Tipografi menambahkan elemen khusus untuk identitas perusahaan yang baik untuk meningkatkan dan membedakan perusahaan dengan yang lainnya.

Beberapa bongkahan berlian yang menjadi satu kesatuan merupakan sebuah satu kesatuan yang perusahaan miliki dengan banyaknya anak-anak perusahaan, menginginkan sebuah kebersamaan yang diciptakan oleh TRANS TV. Bongkahan berlian disini juga dapat diartikan sebagai sebuah pancaran cahaya yang terpancar dari berlian untuk memberikan cahaya terang bagi masyarakat dengan menampilkan sebuah program-program yang dapat mendidik dan menghibur. Dengan adanya perubahan logo, Trans TV mengharapkan dengan berubahnya sebuah logo baru dapat merubah image negatif pandangan masyarakat mengenai satu program yang telah di berhentikan, dengan adanya warna baru

pada tanda dari sebuah berlian dalam kata “A” tersebut dapat diartikan sebagai sebuah keceriaan yang dimiliki oleh TRANS TV dan dapat belajar dari sebuah pengalaman yang tidak baik menjadi lebih baik untuk dimasa yang akan datang, dengan memikirkan secara matang program yang akan disajikan kepada masyarakat dengan baik. Berubahnya logo baru ini juga dapat memotivasi kinerja para divisi agar lebih baik untuk dimasa yang akan datang. Agar lebih menggambarkan makna indeks pada logo baru TRANS TV.

Makna petanda dari logo baru TRANS TV tidak menghilangkan lambang berlian yang ada pada logo sebelumnya, namun pada logo baru berlian menjadi bongkahan yang berbentuk huruf “A” dengan memakai campuran warna kuning, hijau, biru, dan ungu. Tujuan dari penciptaan logo tersebut lebih mencerminkan bahwa manajemen, program acara dan lain sebagainya direnovasi menjadi sesuatu hal yang baru.

Visualisasi berlian pada logo TRANS TV menciptakan sebuah keabadian dan memiliki daya pikat yang mahal untuk menampilkan sebuah ide dan kreativitas, menciptakan hal baru yang belum pernah terjadi yang akan menjadikan karya tersebut mahal seperti halnya sebuah berlian yang daya jual dan nilainya sangat tinggi. Sementara campuran empat warna menggambarkan tentang optimis, kerjasama yang kuat diantara karyawan yang menciptakan ide dan kreativitas di antara kaum muda untuk membangun Indonesia di dunia pertelevisian.

#### 4.2.3 Makna logo PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) Periode 2013 dilihat dari *Corporate Identity*

*Rebranding* merupakan upaya yang dilakukan oleh TRANS TV dengan cara memperbaharui sebuah logo lama menjadi logo baru agar menjadi lebih baik, dengan tidak mengabaikan tujuan awal dari setiap program yang ditampilkan oleh TRANS TV. *Rebranding* pada logo TRANS TV 2013 adalah perubahan yang telah disesuaikan dengan SDM dan program-program baru yang akan disajikan. Perubahan logo atau *rebranding* dari TRANS TV tidak merubah lambang berlian sebagai kekuatan atau identitas dari TRANS TV itu sendiri. Jika berbicara dalam pembuatan logo, maka logo yang terdahulu dibuat oleh agency yaitu JC and King. Namun untuk logo baru periode 2013 dibuat oleh divisi promo dan grafis yang ada di internal TRANS TV dengan mengembangkan semua ide kreatifitas yang mereka miliki.

Adanya *rebranding* yang secara lambang masih ada kesamaan yaitu menonjolkan sisi berlian bertujuan untuk tidak banyak merubah elemen dari logo sebelumnya. Artinya, logo baru masih merepresentasikan lambang berlian sebagai lambang utama dari TRANS TV. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti terhadap tayangan visualisasi logo dari TRANS TV, peneliti menemukan bahwa lambang dari TRANS TV ini dapat mudah dikenali oleh masyarakat luas yang melihatnya, karena visualisasi logo yang lama dan yang baru tidak jauh dari visualisasi sebuah berlian yang sudah banyak dikenal orang. Artinya pembentukan lambang atau *rebranding* logo baru TRANS TV 2013 sebagai acuan yang didasarkan atas keserupaan atau kemiripan. Tanda acuan yang terdapat pada logo TRANS TV

yang baru ini mengacu pada visualisasi berlian pada logo lama stasiun televisi Trans TV.

Dari segi *rebranding* logo baru TRANS TV 2013 masih mengikuti visualisasi logo lama yaitu sebuah berlian, yang memiliki sebuah keindahan dan memiliki pancaran sinar dari berbagai sudut yang ada. TRANS TV menginginkan sebuah kilauan yang bersinar atas program-program yang dimilikinya dan akan terus berkilau seperti layaknya sebuah berlian yang tidak akan pernah pudar pancaran kilauannya. Sebuah berlian merupakan perhiasan yang paling tinggi kedudukannya dan paling mahal nilainya, semua orang yang melihatnya akan terpesona pada kilauan yang dimiliki oleh berlian tersebut. Begitupun yang diinginkan oleh TRANS TV, yang menginginkan agar semua program-program yang dimilikinya selalu digemari oleh masyarakat luas dan menjadi sebuah stasiun televisi yang terus berkilau dibandingkan dengan stasiun televisi lainnya.

Pergantian logo TRANS TV 2013 yang masih menetapkan berlian sebagai lambangnya juga dikarenakan TRANS TV ingin menampilkan segala sesuatu yang bersifat kebaruan, dan mempunyai berbagai macam program acara yang berbeda-beda atau berwarna. Ini direfleksikan oleh pergantian dari logo yang sebelumnya hanya berlian berwarna biru bersalur putih, sekarang berganti menjadi berlian yang berbentuk huruf "A" dengan berbagai macam ornamen warna pada tipe logotype. Logo baru ini memiliki filosofi yang berbeda dengan logo sebelumnya. Perbedaannya terletak pada upaya TRANS TV untuk menciptakan program yang lebih inovatif.

Kasali mengatakan, pada umumnya sebuah perusahaan melakukan *rebranding* karena beberapa alasan:

1. Alasan finansial, perusahaan secara finansial melakukan reorganisasi dan sebuah identitas baru diperlukan untuk hal itu.
2. Adanya manajemen/kepemimpinan baru, untuk mengiringi awal kepemimpinannya, mereka ingin tanda atau simbolnya sendiri di perusahaan yang dipimpinnya.
3. Analisa prospektif pasar, setelah sekian tahun perusahaan perlu menegaskan kembali targetnya dan merencanakan mengubah positioningnya pada area yang baru, sehingga perlu citra yang baru pula untuk merefleksikan hal tersebut.
4. Merger, beberapa perusahaan bergabung menjadi satu perusahaan yang baru dengan nama baru (Kasali, 2008 : 109).

Dari yang di kemukakan oleh Kasali, pada umumnya sebuah perusahaan melakukan *rebranding* karena adanya beberapa alasan. Penelitian ini menemukan alasannya pada point kedua yaitu “Adanya manajemen/kepemimpinan baru”, yang bila dikaitkan dengan TRANS TV menjadi salah satu dasar TRANS TV merombak logo lama ke logo yang baru. Ini terlihat dari fakta adanya perubahan internal di dalam perusahaan. Dengan keluarnya orang terpenting di TRANS TV yang menjadi kepala divisi produksi pada saat itu yaitu Wishnutama Kusubandio, dan diikuti sebagian divisi-divisi yang beralih ke stasiun televisi lain yaitu NET TV, TRANS TV jelas mengalami pukulan. Maka dari itu, TRANS TV ingin mererefresh semua yang ada di internal perusahaan.

Selain point kedua, alasan *rebranding* juga ditemukan pada point ketiga dalam teori Kasali, yaitu “analisa prospektif pasar : setelah sekian tahun perusahaan perlu menegaskan kembali targetnya dan merencanakan mengubah positioningnya pada area yang baru, sehingga perlu citra yang baru pula untuk merefleksikan hal tersebut”. Pada bulan Mei tahun 2013 muncul stasiun baru NET

TV yang dikomandani oleh Wishnutama yang notabene adalah mantan orang terpenting di TRANS TV. Wishnutama hengkang dari TRANS TV dengan membawa orang-orang terbaik dari TRANS TV. Fakta berbicara bahwa masyarakat menyambut baik kehadiran NET TV, sehingga TRANS TV merasa tersaingi karena salah satu orang pentingnya terdahulu sekarang berperan penting di NET TV. NET TV yang disetting dengan modern juga menyuguhkan program-program yang dikemas dengan baik, dan banyak diminati oleh kaum muda. Untuk merespon situasi tersebut, maka TRANS TV secara tidak langsung merombak SDM internal termasuk memperbaharui modal internal yang dimiliki perusahaan mulai dari merombak identitas perusahaan, program-program yang disajikan juga divisi-divisi yang ada. Tujuannya adalah untuk memberikan sebuah citra baru yang ada di masyarakat, dengan cara terus meningkatkan kreatifitas yang dimiliki semua divisi, sehingga dapat menyaingi NET TV sebagai kompetitor utamanya.

*Rebranding* pada logo Trans TV 2013 ini masih sama dengan logo lama, hanya logo baru ini terkunci dengan simbol dan logotype horizontal. Simbol dari logo Trans TV ini mewakili huruf “A” yang berbentuk berlian hanya milik Trans TV dan dengan adanya kata “TV” dalam logo “TRANS TV” menunjukkan bahwa logo ini milik dari sebuah stasiun televisi. Adapun penggunaan berbentuk berlian baik logo yang lama dan logo yang baru mempunyai simbol dari kebudayaan Trans TV yang ingin menciptakan ciri khas yang lain dari televisi yang lain

Penciptaan *rebranding* baru dari logo Trans TV menggunakan berlian sebagai pemaknaan identitas dari Trans TV yang bertujuan untuk membedakan dengan televisi lain. Penciptaan logo dengan berlian sebagai bentuk kesepakatan



dari intern Trans TV yang ingin menafsirkan atau menciptakan ciri khas yang berbeda dengan televisi lain. Penciptaan logo dengan simbol berlian merupakan bentuk budaya yang diciptakan Trans TV untuk merepresentasikan ciri khas stasiun televisi tersebut.

Jika dianalisis, *rebranding* berlian baik pada logo lama maupun logo baru Trans TV merupakan representasi identitas Trans TV yang bertujuan untuk membedakan dengan logo televisi lain. Logo terdahulu diciptakan dengan visualisasi berlian yang masih terkunci oleh simbol yang terlihat kaku dan kuno, untuk logo baru ini TRANS TV lebih memainkan esensi yang dimiliki berlian dengan banyak menggunakan permainan warna yang mereka kaitkan dengan keindahan alam yang ada di Indonesia dan keragaman program yang disajikan. Penciptaan logo berlian dari simbol Trans TV sebagai salah satu bentuk budaya internal yang telah disepakati bersama dari pihak Trans TV yang bertujuan untuk menciptakan identitas khas yang dapat dikenal oleh khalayak sebagai penontonnya.

Makna logo PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) periode 2013 dilihat dari *corporate identity* adalah pencapaian yang tidak mudah untuk di tengah penuhnya persaingan dan kompetisi di tengah pemirsa. Hal ini memaksa pihak Trans TV harus bekerja keras untuk menciptakan program yang inovatif dan kreatif. Trans TV melalui logo barunya memberi pesan akan meningkatkan kualitas program yang disajikan dan melalui program barunya akan menebar semangat di tengah masyarakat sebagai khalayak penontonnya.



Penciptaan logo Trans TV 2013 sebagai bentuk sajian yang merefleksikan karakter keragaman budaya Indonesia di mata masyarakat. Keragaman terlihat pada tayangan yang memotret fenomena yang terjadi di masyarakat (misalnya dalam News & Light Info “Harta Tahta Wanita”), tayangan yang menggali khasanah budaya di Indonesia (misalnya dalam program Travel & Lifestyle “Rahasia Dapur Nenek”), tayangan yang memperlihatkan keindahan panorama di Indonesia dan menumbuhkan rasa cinta terhadap tanah air Indonesia (misalnya dalam program Travel & Lifestyle “Ethnic Runaway”). Selain itu, logo baru Trans TV 2013 merefleksikan bentuk kepedulian Trans TV terhadap semua kalangan yang menghadirkan program-program edukasi yang menghibur (misalnya news & lifestyle “Rangking 1”).

Selain terkait dengan adanya program-program baru yang mencerminkan keberagaman budaya dan realitas, pemaknaan logo Trans TV 2013 merupakan sebuat *corporate identity*. *Corporate identity* memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Menurut M. Linggar Anggoro :

*Corporate Identity* adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Identitas perusahaan diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi hal-hal unik atau khas tentang perusahaan yang bersangkutan secara fisik. (Anggoro, 2008:208).

Suatu identitas perusahaan merupakan salah satu faktor yang terpenting di dalam mempengaruhi keberhasilan citra perusahaan di mata masyarakat atau publik. Identitas perusahaan yang baik dan kuat merupakan persyaratan yang membangun citra baik perusahaan dikemudian hari. Dengan mengubah identitas

perusahaan, kadang-kadang perusahaan dapat mengubah dan memperbaiki citra mereka di masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut, perubahan logo Trans TV 2013 merupakan desain yang sudah direncanakan dan dibuat menjadi sebuah bentuk yang dapat menarik perhatian masyarakat atau publik dan mudah untuk diingat. Dalam teori tadi disebutkan pula walaupun perusahaan mengubah logo yang telah ada, logo baru tersebut harus dapat mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat. Logo lama TRANS TV dan logo barunya masih mengandung simbol dari sebuah berlian. Namun, logo yang lama masih terikat oleh sebuah bentuk berlian, sementara untuk logo baru ini lebih banyak memainkan dan menonjolkan esensi dan kilauan yang terpancar dari empat elemen warna TRANS TV. Kilauannya sendiri terlihat elegant sebagaimana yang terlihat pada berlian berkualitas tinggi. Disinilah esensi dari logo baru TRANS TV yang menjadi *corporate identity* sehingga membedakan stasiun televisi ini dengan stasiun televisi lainnya. Sekaligus logo baru tersebut merupakan corporate identity yang dijadikan titik tolak upaya penanaman citra yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Lebih jauh lagi, jika dikaitkan dengan *corporate identity*, maka perubahan logo merupakan sebuah citra atau pencitraan bagi Trans TV di mata khalayak penontonnya. Citra TRANS TV dapat terbentuk dengan memproses informasi yang tidak menutup kemungkinan bersumber dari perubahan citra sebagai implikasi perubahan logo yang diciptakannya. Besarnya kepercayaan masyarakat terhadap logo baru yang ditampilkan memberikan dasar penerimaan atau penolakan informasi dari masyarakat itu sendiri. Sumber informasi dapat berasal

dari perusahaan secara langsung dan atau pihak-pihak lain secara tidak langsung. Citra perusahaan menunjukkan kesan obyek terhadap perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dan berbagai sumber terpercaya. Dalam konteks penelitian ini, citra perusahaan dibangun penonton melalui program-program baru yang mengiringi perubahan logo tersebut.

Artinya, citra perusahaan merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan atau stasiun televisi, dimana citra tersebut berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi. Citra pada logo Trans TV 2013 dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat terhadap program baru yang diciptakan oleh Trans TV sebagai konsekuensi dari perubahan logo di tahun 2013 itu sendiri yang nantinya diharapkan dapat menciptakan kepercayaan, dan membangun pengetahuan publik terhadap semua program dan visi misi TRANS TV. Dengan demikian, citra logo Trans TV 2013 merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan televisi yang selanjutnya terus menerus dibangun dan dipelihara.

Citra logo Trans TV 2013 yang baik merupakan perangkat kuat, bukan hanya untuk menarik khalayak sebagai penontonnya, melainkan juga dapat memperbaiki setiap program lama yang sudah disajikan kepada masyarakat. Citra Trans TV yang menciptakan logo baru adalah hal yang sangat penting dan harus dimiliki oleh Trans TV itu sendiri karena akan membawa dampak yang baik pula bagi perusahaan itu. Selain itu logo yang baru dapat berpotensi meningkatkan

citra Trans TV yang bernilai baik sebagai salah satu stasiun televisi swasta yang bagus di mata masyarakat sebagai penontonnya..

Kotler mengemukakan bahwa :

1. Citra perusahaan yang positif akan mendorong persepsi positif terhadap produk perusahaan. Terdapat hubungan yang erat antara citra perusahaan dengan citra produk (citra merek). Merek produk sering diasosiasikan dengan perusahaan yang memproduksi produk tersebut.
2. Perusahaan berusaha menjaga citra yang telah ada dari berbagai isu-isu umum, yang dapat secara langsung mempengaruhi konsumen. (Kotler, 2010 : 342)

Citra logo perusahaan yang baik dari suatu organisasi merupakan salah satu aset yang dimiliki perusahaan, karena sebuah citra mempunyai suatu dampak pada persepsi khalayak dari pesan yang akan ditampilkan. Citra logo Trans TV periode 2013 adalah realitas, kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang logo yang diciptakan. Citra logo Trans TV terbentuk dari bagaimana perusahaan menciptakan logo yang dapat menarik masyarakat dimana pada logo tersebut mempunyai landasan utama bagi segi layanan. Oleh sebab itu, untuk dapat menghasilkan citra/kesan positif di mata masyarakat, maka hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan salah satunya adalah identitas dari citra logo yang ditonjolkan oleh Trans TV itu sendiri yang diperkuat lewat program-programnya. Sehingga dengan penciptaan logo Trans TV 2013 akan mentransfer visi dan misi lembaga atau stasiun televisi kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak TRANS TV yaitu pak Fuadi terungkap bahwa visi Trans TV adalah ingin menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi stakeholders, menyampaikan program-program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh stakeholders serta mitra kerja, dan

memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat. Sementara misinya adalah untuk melahirkan wadah, gagasan dan aspirasi masyarakat guna mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi. Maka dapat disimpulkan bahwa ikon yang ditonjolkan oleh TRANS TV dalam bentuk sebuah batu mulia yang berkualitas tinggi seperti berlian, merupakan pilihan yang tepat untuk mereflesikan visi misi TRANS TV yang mulia dan ambisius di tengah persaingan dunia pertelevisian tanah air.

