

## SEMIOTICS IN SIGNS, SYMBOLS AND BRANDS

(SEMIOTIKA DALAM “TANDA”, SIMBOL DAN MEREK)

**Ludwig Suparmo**

*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) InterStudi, Jakarta*

*email: ludwigsuparmo@gmail.com*

**Abstract.** *Modern day science on Semiotics, not only study ‘signs’ - it goes much deeper than that - the study goes further into how meaning is formed. The study goes on how people first of all interpreted a sign, how they then draw on cultural or personal experience to understand a sign. In that sense semiotics is about communication. Whilst in communication signs and symbols are common tools, signs and symbols can take different forms. Generally, it is an object representing another to give it an entirely different meaning that is much deeper and more significant. The paper is a qualitative research based discussions on some of the signs and symbols which the writer is curious in exploring further after his studies about brands and branding. Understanding through semiotics, some most common signs and symbols are interestingly revealed. During the research heraldry and coats of arms came to the picture. The study hopes to enlighten academics and practitioners in graphic design and advertising as well as marketing to understand better about branding and communication. The article also found out suggestions of some basic hints on how to design meaningful symbols.*

**Keywords:** *semiotics – sign and signet – symbol – heraldry and coats of arms*

**Abstrak.** *Dunia moderen dewasa ini mengetahui bahwa Ilmu Semiotika tidak hanya mempelajari “tanda” – ilmu ini mempelajarinya lebih mendalam – tentang bagaimana makna itu dibentuk. Bagaimana manusia pada mulanya memaknai arti “tanda” kemudian hubungannya dengan keadaan budaya bahkan tentang pengalaman pribadi sekelompok manusia mengartikan akan makna “tanda” itu. Maka dari itu Semiotika berhubungan dengan ilmu komunikasi. Secara umum tanda dan simbol merupakan suatu objek yang mewakili sesuatu yang memberikan arti yang bisa seluruhnya berbeda, yang lebih bermakna dan lebih signifikan. Bahkan berdasarkan penelitian kualitatif atas beberapa “tanda” dan simbol yang oleh penulis menimbulkan sangat ingin tahunya setelah mendalami mengenai merek dan proses membuat merek menjadi terkenal (brand and branding). Penemuan didapat melalui pengertian ilmu semiotika dari beberapa “tanda” dan simbol yang umum, dikemukakan dalam makalah ini secara menarik. Dalam proses penelitian juga ditemukan ilmu arti lambang negara (heraldry) dan seragam tentara. Studi ini juga berharap dapat mencerahkan para akademisi dan para praktisi dalam disain grafis, periklanan, juga bidang pemasaran agar lebih memahami tentang branding dan komunikasi. Dalam makalah ini juga diketemukan usulan petunjuk dasar mendisain simbol yang bermakna.*

**Kata Kunci:** *semiotika – tanda dan guratan – simbol – lambang negara*

### 1. Pendahuluan

Melanjutkan penelitian penulis mengenai Merek, *Brand* dan *Branding* yang telah diterbitkan dalam jurnal

ilmiah berjudul “*Brand dan Branding – Bagaimana Meneruskan Suksesnya*” dan satu artikel lain: “*Fungsi Identitas, Citra, Reputasi, dan Corporate Communication dalam Corporate*

*Branding*”, memicu keingin-tahuan penulis berlanjut melakukan penelitian simbol-simbol yang ditampilkan dalam merek (*brand*) baik merek produk maupun merek korporasi/perusahaan. Salah satu *brand* produk minuman yang dipromosikan “meredakan panas dalam” buatan pabrik lokal yang cukup terkenal bersimbol “kaki tiga”; ketika itu penulis tidak menelitinya; malahan dalam penelitian simbol dan tanda (*symbols & signs*) kali ini ditemukan diskripsi dari simbol tersebut yang berasal dari jaman kuno Junani yang menyebutkan bahwa simbol itu disebut “*Triselon*”, dengan makna “*victory and progress*”. Simbol, juga “tanda” atau merek ternyata dipelajari dalam Ilmu Semiotika yang bermuara pada Ilmu Komunikasi. *Semiotics* atau semiotika adalah ilmu yang mendalami arti “tanda” yang dapat dibuat dari berbagai macam materi, termasuk bahasa, gambar, gerak tubuh dan lain sebagainya. Ahli pemikir logika dari Amerika; C.S.Pierce dan seorang ahli ilmu bahasa dari Perancis Ferdinand de Saussure mengatakan bahwa secara umum studi suatu produk secara natural (misalnya ditinjau dari teks penulisan dan lafalnya) merupakan suatu sistem formal sebagai suatu “tanda” (*sign – signet*). Dalam arti sebenarnya hubungan kata-kata atas sesuatu “tanda” mungkin tidak alamiah namun menjadi konvensional; artinya bahasa itu dengan sendrinya mengandung sistem “tanda” yang menjadi bermakna karena berbeda dari “tanda” lainnya. Semiotika tidak terbatas hanya di bidang ilmu bahasa, karena sesungguhnya apapun (misalnya sikap, cara berpakaian bahkan alat mainan yang dimainkan) dapat berfungsi sebagai suatu “tanda”.

Perhatian besar penulis dalam melakukan penelitian ini karena selain ilmu komunikasi yang dipelajarinya, penggunaan bahasa baku yang benar,

baik bahasa Indonesia maupun bahasa asing lainnya yang digunakan sehari-hari agar dapat ditingkatkan lafal, penulisan yang benar dan perbendaharaannya dan dibagikan bagi semua akademisi sehingga komunikasi mereka menjadi lebih bermakna dan bermutu.

Dalam penelitian penulis menemui seorang *creative artist* yang sejak tahun 1980an bekerja di *Advertising Agency* ternama di Jakarta, menyatakan bahwa *branding* dimulai dari jaman peternak “memberi cap” pada ternaknya: sapi, lembu atau kuda; agar tidak tertukar dari milik peternak lainnya karena pengembalaan ternak berada di ruang terbuka dan hanya dikumpulkan sewaktu masa untuk menjual ternak tiba. Informan tersebut tidak dapat mengatakan tahun/waktu kapan jelasnya. Dari informan lain yang ahli grafik disain, penulis diberi pinjam buku (tua) terbitan tahun 1950 “*Symbols, Signs & Signets – a pictural treasury with over 1350 illustrations*” by *Ernst Lehner*; dalam buku ini penulis menemukan sejarah “pengecapan” lembu/sapi sebagai berikut. “Pada paruh waktu abad ke 16 *Spanish Conquistadores* (peternak Spanyol yang suka berkompetisi) dibawah pimpinan Herman Cortes dan Francisco Pizzaro mendirikan “kerajaan” yang luasnya dari Meksiko hingga Peru. Ternak (lembu) dikapalkan dari Spanyol, untuk dternakan di lahan kosong tersebut. Peternakan lembu menjadi pilar kesejahteraan bagi negeri baru tersebut. Orang Spanyol membawa serta budaya kebiasaan mereka sejak jaman pertengahan “mengecap” semua barang milik mereka sesuai tanda/guratan yang menjadi “merek kecil “ (*signet*) kesukaan keluarga masing-masing. Dengan mengecap setiap ternak mereka dengan merek keluarga mengikuti tradisi. (Sesungguhnya tradisi ini ditiru

hingga jaman sekarang; kantor/institusi memberi label/regristrasi dengan kode pada alat/perabot kantor). Dari kedua negeri itu (Meksiko dan Peru) kebiasaan demikian berlanjut ke seluruh benua Amerika disebarkan cara “pemberian merek” ternak-ternak di seluruh dunia seperti sekarang ini. Memberi cap pada ternak merupakan salah satu permulaan ilmu memberi merek (*branding*). Permasalahan lain menjadi menarik untuk diteliti dan merupakan lebih berarti, yaitu semiotika, yang dapat membahas arti dari merek dan makna merek yang bermula dari *signet* dapat diartikan sebagai guratan sederhana menjadi simbol yang membawa makna lebih mendalam. Guratan yang menjadi simbol “cap” untuk ternak merupakan ekspresi diri (keluarga pemilik ternak); seperti yang dikatakan oleh Ernst Lehner sebagai *self-expression as one of man's most persistent details studied by anthropologists, psychologists and historians.*” Dari permasalahan yang ingin diungkap oleh peneliti (dan seyogyanya perlu pula diketahui oleh para ahli komunikasi *Branding* ataupun Disain Grafis, juga mereka yang mendalami bidang *Advertising* agar berkeinginan mengetahui sejarah dan perkembangannya. Ernst Lehner juga menyebut bahwa mereka yang berprofesi di *creative department*, baik di *advertising agency, graphic design, architecture, event organizer*, (dan jaman dia dahulu belum dikenal apa yang disebut *digital marketing*, sekarang perlu dimasukkan pula profesi ini yang bekerja untuk ilmu itu) di kategorikan sebagai *commercial artists*, yang dapat ikut memanfaatkan pengetahuan *symbols & signs*. Banyak pula akademisi ilmu komunikasi, meskipun mengetahui semiotika, tidak tahu dan belum sadar hubungannya dengan simbol, merek atau *brand*.

Konsep teori penelitian yang dilakukan oleh penulis-peneliti adalah

melalui penelitian metodologi kualitatif yang paparannya sebagai berikut:

## 2. Metodologi Penelitian

Menurut Bagman dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sedangkan Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan, pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya. Sedangkan metode penelitian kualitatif menurut Lexy J. Moleong berdasarkan pada fondasi penelitian, paradigma penelitian, perumusan masalah, tahap-tahap penelitian, teknik penelitian, kriteria dan teknik pemeriksaan data dan analisis dan penafsiran data.

Pada hakikatnya penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, terhadap suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki. Strauss dan Corbin berpendapat bawa *qualitative research* adalah penelitian yang menghasilkan temuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Bogdan dan Taylor mengatakan bahwa penelitian kualitatif menggunakan prosedur penelitian yang bertujuan mengumpulkan dan menganalisis data deskriptif berupa tulisan, ungkapan lisan dari orang dan perilakunya yang dapat diamati. Kirk dan Miller lebih memperinci penelitian kualitatif merupakan tradisi dalam ilmu sosial yang secara mendasar bergantung

pada pengamatan terhadap manusia dalam lingkungannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut menurut bahasa dan peristiwa lahannya. Penelitian kualitatif bertujuan mengumpulkan data dalam *setting* alamiah, yang akan digunakan untuk menyusun teori melalui analisis data secara induktif.

Peneliti mengumpulkan data kualitatif yang bermakna dari empat (4) informan. Pertama informan akademik Doktor Ilmu Komunikasi dengan desertasi semiotika; seorang praktisi *computer graphic designer* usia muda; seorang praktisi *advertising creative* yang memulai kariernya sebagai ilustrator dengan gambar tangan kemudian ke *compugraphic* dan seorang pengamat serta pengampu bidang *creative design*, kedua informan ini sebagai praktisi sejak tahun 80an. Pengumpulan data secara *in-depth interview* terpisah, mengejar jawaban pertanyaan investigatif dengan bukti visual, dokumen dan literatur, bersifat subjektif deskriptif kemudian oleh penulis-peneliti diolah secara induktif, menghasilkan ntepretasi temuan.

Studi literatur merupakan proses penting dalam penelitian ini karena *symbols and signs* bisa saja berasal dari sejarah lama termasuk lambang, panji-panji perang dan seragam pasukan pembela kerajaan atau negeri tempat tinggal mereka. Arsip dan buku terbitan lama, gambar dan makna teks berasal dari buku terbitan tahun 1950 dicocokkan dengan arti simbol dan “tanda” menurut beberapa literatur *Semiotics*. Ada pula yang berhubungan dengan agama maka perlu rujukan melalui Alkitab Perjanjian Lama ataupun Perjanjian Baru, serta menanyakan kepada kaum angkatan yang lahir di tahun 1935 – 1940an. Semua literatur sebagai sarana yang membantu penelitian dipastikan

kredibilitasnya meskipun terbitan tahun yang lama/tua.

Dengan kemajuan Teknologi Informasi *computer, internet* dan *Google Search web-sites, E-Books* perlu dimanfaatkan sebagai rujukan dan sarana penting, melalui *Digital Technology*, meskipun ada yang harus dipilah-pilah agar yang peneliti ikuti dan laporkan sebagai hasil temuan haruslah ilmiah, bukan sekedar iklan produk atau iklan institusi yang mau menjual jasa komputerisasi. Wikipedia, tidak dibuka/digunakan.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Semiotika atau Semiologi

Dalam bukunya *Semiotika & Dinamika Sosial Budaya*, Edisi ke 3, (2014: 8-10, 119), Profesor Benny H. Hoed dari Universitas Indonesia menulis rangkuman dari para ahli dan pandangannya bahwa “tanda” dan pemaknaannya bukanlah struktur melainkan suatu proses kognitif yang disebut semiosis. Jadi semiosis adalah proses pemaknaan dan penafsiran tanda. Karena “tanda” dimulai dari representasi yang seakan mewakili apa yang ada dalam pikiran manusia. Sedang *icon* adalah representamen “tanda” yang memiliki identitas dengan objek yang ada dalam kognisi manusia. Contoh: foto merupakan *icon* diri orang dalam foto tersebut (dirinya). *Symbol* adalah “tanda” yang makna representamennya dimaknai secara sosial atau berdasarkan konvensi sosial. Semiotika memberikan tekanan pada pemahaman atas makna fenomena budaya sebagai “tanda” yang sifatnya representative dan interpretatif. .

Dunia moderen dewasa ini mengetahui bahwa Ilmu Semiotika tidak hanya mempelajari “tanda” – ilmu ini mempelajarinya lebih mendalam – tentang bagaimana makna itu dibentuk. Bagaimana manusia pada mulanya

memaknai arti “tanda” kemudian hubungannya dengan keadaan budaya bahkan tentang pengalaman pribadi sekelompok manusia mengartikan akan makna “tanda” itu. Maka dari itu Semiotika berhubungan dengan ilmu komunikasi. Roland Barthes (1915 – 1980) adalah salah seorang ahli yang diakui dalam bidang Semiotika. Teori Semiotika-nya menjadi dasar inspirasi studi bagi mahasiswanya maupun para akademisi. Barthes menjadi ternama setelah bukunya *Mythologies* terbit di tahun 1957. Penulis mencocokkan teori mitologi tersebut ternyata sesuai seperti yang ditulis Ernst Lehner dalam bukunya *Symbols Signs & Signet*, yang memuat lebih dari 1350 ilustrasi dan memberi deskripsi tentang simbol-simbol roh-roh dan gambar-gambar imajiner. “Tanda” berupa gambar berasal dari omongan/pembicaraan, bahasa tubuh dan dari simbol-simbol lukisan, juga dari lirik lagu. Teori Semiotika Barthes memecahkan faham sederhana bahwa membaca tidaklah hanya sekedar membaca, namun harus memaknai bacaan yang dikaitkan dengan budaya berbagai kelompok masyarakat. Menurut Barthes “tanda” (baca dan huruf/kalimat) bermakna ganda; merupakan bentuk fisik “tanda” dan arti sesungguhnya yang dapat dimengerti. Barthes juga meyakini bahwa setiap “tanda” memiliki ideologi mengikuti sistem *Denotative* ataupun sistem *Connotative*. “Tanda” *Denotative* merupakan sistem deskriptif yang ketat sebagai efek gambaran yang signifikan berkombinasi membentuk suatu konsep. Sedang “tanda” *Connotative* telah kehilangan arti lamanya, arti sejarahnya. Hal demikian dapat terjadi karena berbagai sebab termasuk karena perubahan tata cara budaya, mungkin juga karena perubahan terminologi atau karena sesuatu dan hal lainnya ataupun karena berevolusi.

Semiotika tidak hanya menjelaskan makna suatu bahasa/kalimat; ilmu semiotika menjelaskan juga mengenai arti tata cara gerak tubuh, alat peraga atau mainan yang digunakan; segala hal tentang makna dan fungsi arti dijelaskan dalam semiotika. Setelah penulisan Ferdinand de Saussure, seorang ahli linguistik dari Swiss, di tahun 1960 dan maraknya media masa serta penelitian ilmu-ilmu budaya, ilmu semiotika berkembang pesat. Semiotika mempelajari hal-hal yang diabaikan oleh ilmu-ilmu lain; seperti misalnya arti dari kebiasaan cara makan, dengan demikian membuka jalan penggunaan kode-kode budaya. Konsep utamanya menemukan perbedaan yang mencolok yang dapat digambarkan sebagai sesuatu atau dapat diberi kode. Namun yang terpenting semiotika memperhatikan arti dan makna. “Tanda” dan simbol dapat menjadi representasi nilai-nilai moral yang mengedepankan perasaan secara umum sehingga memicu tingkah laku. Jadi “tanda” merupakan kode komunikasi, dapat berbentuk sederhana maupun dapat juga menjadi kompleks. Tiga bidang utama semiotika adalah: “tanda” itu sebenarnya, bagaimana diorganiser kedalam suatu sistem dan konteks mengapa dimunculkannya. Charles Sanders Peirce seorang Amerika, dikenal sebagai bapak ilmu semiotika moderen. Beliau seorang ahli filsafat yang menaruh perhatian bagaimana kita memaknai hidup kita di dunia ini.

#### *Sign and signet*

Penulis memberi istilah “guratan” bagi “*signet*” dalam bahasa Inggris, yang berasal dari *signage*; yang kita juga mengerti dalam arti kata “*signature*”; tanda tangan, jadi “guratan identitas” harus dibuat dengan tulisan tangan. (sesungguhnya sekarang dengan kemajuan Teknologi Informasi, komputer juga dapat menulisnya

sebagai “guratan tangan” secara digital). Dalam perkembangan teknologi kemudian “tanda kecil” itu disebut *icon* atau kita tulis sebagai ikon. Bagaimana membuat ikon agar dimengerti oleh sasaran khalayak yang kita tuju? Berikut sekedar petunjuk/saran membuat ikon atau signet:

1. Harus mudah dapat terlihat – harus cukup berani menggambarinya
2. Jangan “sok” kreatif jika sudah ada “tanda” yang konvensional, teruskan visaulisasikan
3. Perhatikan lokasinya; dimana, di tempat seperti apa dibutuhkannya.

Dari “tanda” yang sederhana dapat dikembangkan menjadi “tanda” bermakna sebagai alat komunikasi yang mendunia. Berikut tiga contoh “tanda” menarik yang umum mengetahuinya:



*Eco-friendly sign*

“Tanda” daur ulang menunjukkan ramah lingkungan dengan warna hijau tertera di kemasan (*packaging*) berbagai produk.



*No smoking sign*

Siapa tidak kenal “tanda” larangan merokok ini?



*Traffic sign*

Dalam bahasa Indonesia disebut “rambu lalu lintas”

Symbolism atau simbolisasi

Menurut semiotika bergantung pada konteks penerima. Suatu senyuman dapat berarti menunjukkan keramahan, persahabatan; namun dapat juga berarti kekaguman. Rangkaian rantai dapat diartikan sebagai “persatuan” namun dapat juga diartikan sebagai “mengikat kedalam penjara”. Disini ilmu komunikasi berperan dalam cara menyampaikan simbol-simbol, kepada *target audience* yang mana.

Simbolisasi umum dalam kehidupan sehari-hari. Umum sudah mengetahui simbol-simbol berikut:

1. Burung merpati simbol perdamaian
2. Mawar merah atau hati merah menunjukkan cinta
3. Warna hitam: kematian, rasa duka cita
4. Banyak simbol *gadget* (gawai) kaum muda sekarang digunakan di *social media*: *twitter*, *facebook*, *email*.

Arsip dan dokumen kumpulan simbol dapat dicari di perpustakaan museum dan perpustakaan universitas terkenal. Namun, sejalan dengan keahlian peneliti yang meneliti dari ilmu komunikasi, maka hasil temuan simbol dan “tanda gambar” yang demikian banyak, hanya sebagian yang dapat dipaparkan dalam makalah ini. Beberapa literatur menggolongkan simbol dalam kategori misalnya: simbol ketuhanan dan roh-roh, simbol agama, simbol astronomi dan astrologi, *ancient*

*alchemical symbols* (ketika jaman dahulu orang berlomba mencari bahan-bahan tambang-kimia berharga, dibuatlah simbol pujaan dewa merkuri, dewa tembaga dan dewa perak), simbol *magic and mystics*, simbol lambang negara termasuk simbol dan panji-panji perang. Ernst Lehner dalam bukunya *Symbols Sign & Signet* (1950) mengumpulkan lambang negara panji-panji perang dan perlengkapan seragam tentara dari sejak jaman pertengahan abad ke 13 dalam katagori *Heraldry* yang berarti ilmu yang mempelajari lambang negara dan simbol-simbol panji-panji dan seragam pasukan; yang waktu itu berasal dari keluarga raja-raja, kiasar atau sultan yang berkuasa. Lehner memberi contoh-contoh lambang negara dan simbol seragam serta *badge* (tanda kesatuan) serta perlengkapan perlindungan perang (kerudung kepala besi) atau perisai, antara lain dari kesatriya (pasukan berkuda) Jerman dan kesatriya Perancis abad ke 15. Hewan perkasa, sering digambarkan dalam lambang negara kerajaan, kesultanan atau *Lord*, tuan tanah yang berkuasa. Hewan perkasa untuk negarara Eropa bisanya singa dan elang; namun juga ada yang memilih beruang, kuda, dolphin, leopard, bahkan binatang “menjijikan”: babi hutan. Di China dan Asia, hewan naga dan ular, juga harimau, elang dan burung garuda dijadikan simbol lambang negara. Negeri Thailand “mengagungkan” mitos keperkasaan garuda.



Garuda Pancasila, lambang negara Indonesia

Garuda Pancasila didisain oleh Sultan Hamid II dari Pontianak, diresmikan sebagai lambang negara pada 1 February, 1950.

*Symbolism* Garuda.

Merupakan burung emas dalam mitologi Hindu dan Budha; makhluk imajinatif, bersayap lebar dengan paruh yang gagah dan kaki yang kuat, sekaligus memiliki leher dan tangan manusia. Garuda Pancasila didisain sangat modern secara naturalistik mengikuti kehebatan elang Jawa (*Spizaetus bartelsi*), digambarkan pada mahkota (jambul) bulu di kepalanya. Seluruhnya merupakan simbolisasi kekuatan dan kekuasaan, sedang warna emas menggambarkan kebesaran dan kemuliaan. Uraian *symbolism* dapat ditemukan lebih lanjut jika ingin mengetahui mengenai makna perisai, dengan lambang lima sila, juga jumlah bulu yang mewakili angka 17 Agustus 1945.

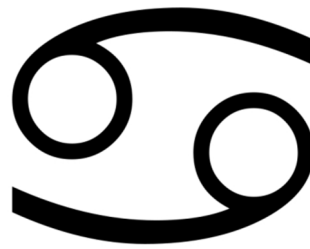
*The Praying Hands*



Lukisan “Tangan Berdoa” banyak muncul di literatur dan media Kristen; namun banyak orang Kristen tidak tahu sejarah permulaan dan siapa

yang membuat ukiran gambar yang menjadi sangat terkenal ini. Adalah menarik bahwa makna simbol “Tangan Berdoa” secara universal mudah diketahui artinya. Temuan penulis dalam penelitian simbol-simbol menemukan kisah nyata dibalik gambar ini: Di permulaan abad ke 17, dua anak muda Jerman tinggal satu rumah. Mereka berdua sebenarnya artis, namun untuk membiayayai ongkos hidup harus bekerja kasar dan tidak dapat membaktikan kesenangan mereka melukis dan membuat ukiran kayu (untuk dijual) seharian penuh. Maka salah seorang berkata bahwa satu diantara mereka akan bekerja penuh dan satu orang boleh mengerjakan seni mengurkir dan melukis. Yang bekerja penuh mengatakan bahwa bila jumlah uang terkumpul cukup maka dia akan berhenti untuk juga bekerja sebagai seniman melukis. Adalah Albrecht Durer yang mendapat kesempatan tinggal di rumah melukis dan membuat ukiran kayu; salah satu ukiran kayunya yang laku dan ternama adalah ukirannya: “Anak laki yang hilang” (personifikasi kisah dalam Perjanjian Baru mengenai “Domba yang Hilang”). Pada suatu hari Durer memperhatikan kawannya yang bekerja kasar di restoran sedang berdoa sehabis lelah bekerja sepanjang hari; dilihatnya lipatan kedua tangan sahabatnya itu yang tampak kasar. Inspirasi ini menghasilkan lukisan “*The Praying Hands*” simbol anjuran agar umatNya berdoa dengan tekun.

Visual berikut ini adalah simbol astrologi atau termasuk dalam kategori zodiak: *cancer*; yang juga dipakai sebagai simbol ikut memerangi penyakit kanker.



Cancer is an astrological sign, which is associated with the constellation Cancer. It spans the 90-120th degree of the zodiac, between 90 and 125.25 degree of celestial longitude, which the Sun transits this area on average between June 22 to July 22 each year.

Sejak pra-sejarah dan sewaktu jaman Nabi Musa simbol-simbol sudah dibuat oleh manusia. Jika ingin mengumpulkan semuanya perlu waktu lama dan merupakan tugas penilitian arkeologi serta ahli artefak yang harus dikerjakan oleh peneliti sejarah dan ahli budaya. Temuan peneliti ingin mengemukakan beberapa saja simbol yang sangat terkenal dengan diskripsi singkat seperti berikut ini.

	<p><b>ARROW:</b> Panah: digunakan oleh Sagittarius – bagian dari zodiak. Panah juga merupakan simbol peperangan, kekuatan, kecepatan, juga pengetahuan. Simbol Dewa Yunani <i>Apollo</i> dan dewi <i>Artemis</i> (keduanya pemburu). Dipakai dewa <i>Eros</i> (Yunani), <i>Cupid</i> (Roma), <i>Kama</i> (Hindu). Pada uang koin Roma panah adalah simbol dewa Zoroastrian, <i>Mithra</i>. Pasukan American Cheyenne memiliki panah kesehatan ajaib sebagai simbol keperkasaan. Panah jaman sekarang hanya merupakan petunjuk arah jalan.</p>
---	---





**CADUCEUS (The Staff of Hermes):** Tongkat Hermes: Dewa Hermes (Yunani) disebut juga dewa Mercury (Roma) merupakan tongkat energi. Dua ular yang membelit tongkat diartikan sebagai keuatan positif dan negatif, seperti Yang dan Yin dalam pengobatan Cina. Lima belitan ular menunjukkan 5 energi tubuh dalam terapi polarisasi.



**FLEUR-DE-LIS:** Bunga Lily: menggambarkan tiga dewa suci. Digunakan para kesatriya Raja Arthur juga di negeri Perancis. Merupakan: "*coat-of-arms*" lambang kerajaan serta sebagai *emblem* tentara; juga simbol kepanduan: *Boy Scouts*.



**CRESCENT MOON:** Bulan Bintang: Dipakai jaman kuno sebagai simbol dewa tua hingga tukang sihir, dpercai dapat berjaya menghadapi kematian. Namun oleh kaum Muslim dikenal sebagai simbol *Divinity and Sovereignty*.



**HEXAGRAM:** Bintang segi enam: Bagi orang Yahudi: simbol dari Bintang Daud. Jika dilingkari gambar lingkaran memberi arti pikiran dewa-dewi sebagai Tuhan Kebijakan.



**CROSS (MALTESE):** Salib dari Malta: digambarkan sebagai empat ujung panah bersatu di tengah, digunakan sebagai simbol pada perang Salib di abad ke 12. Muncul kembali tahun 1813, dalam perang kebebasan melawan Napoleon. Oleh Raja Friedrich Wilhelm III dari Prussia dihadiahkan sebagai tanda jasa kepahlawanan, keberanian dan kepemimpinan.



**INFINITY:** Keabadian: Bangsa India dan Tibet kuno mengartikannya sebagai lambang kesempurnaan, juga perlekatan antara pria dan wanita; tetapi juga menggambarkan dualisme. Dalam okultisme tarot, merupakan *magic*, juga kesetaraan dan *equilibrium* terhadap berbagai kekuatan. Oleh PBB diambil sebagai simbol penetapan tempat tinggal kemanusiaan. Simbol infinitas/tidak ada akhirnya, dalam ilmu matematika dan perhitungan waktu ruang angkasa.



**DOVE:** Merpati: merupakan simbol perdamaian, meskipun tangkai pohon zaitun dan bola dunia juga diartikan sebagai pembawa perdamaian; ada pula yang menggambarkan pelangi sebagai simbol perdamaian.



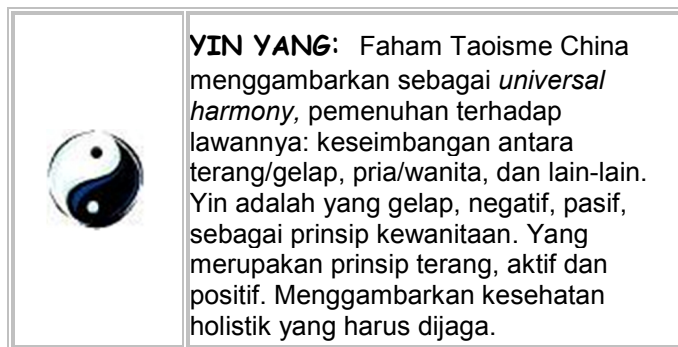
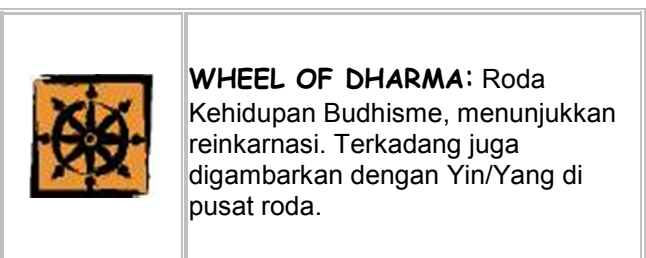
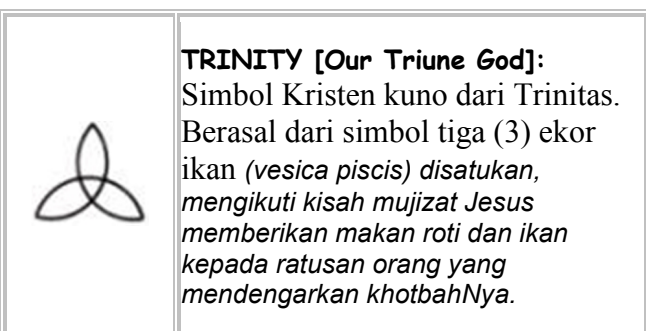
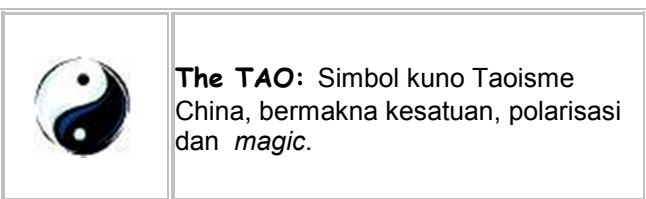
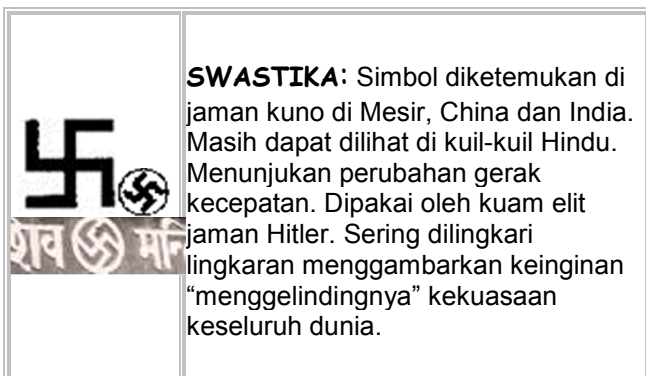
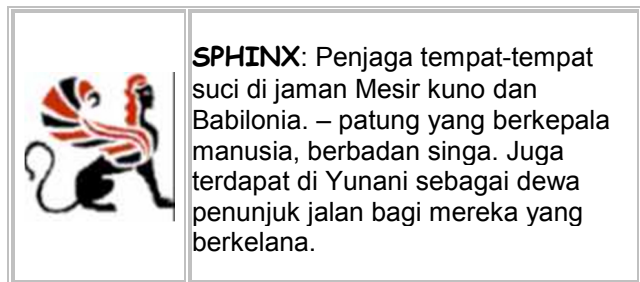
**PEACE SYMBOL:** Juga terlihat sebagai salib patah terbalik: Dapat mempunyai berbagai arti. Dikatakan sebagai salib Nero, sang penguasa yang menyengsarakan orang Kristen; juga diartikan sebagai dibawah kekuasaan hidung hewan melata, itu yang dilihat oleh orang-orang Vikings.



**DRAGON :** Naga: monster mistis, campuran bagian beberapa hewan seperti kadal, burung dan singa; berkepala banyak dan menghembuskan api. Orang Asia Timur menggambarkannya sebagai simbol melawan kekuatan spiritual jahat.



**SOCIALIST SOLIDARITY:** Simbol Solidaritas: tangan yang satu biasanya digambarkan hitam, yang lainnya merah; menyerukan persatuan melawan sosialisme ataupun komunisme.



### Simpulan

Semiotika tidak hanya penting sebagai penjelasan dan pendamping ilmu linguistik/kebahasaan. Dalam mendesain simbol dan elemen-elemen lainnya dalam *branding* semiotika yang antaranya dengan menggurat *signet*, membuat *sign* atau “tanda” kemudian adanya simbol-simbol menjadikan ilmu yang perlu diketahui dan dipelajari terus, juga oleh akademisi dan praktisi komunikasi visual dan periklanan serta segala yang bersangkutan dengan visualisasi, menggambar atau membuat simbol, termasuk mereka yang mendalami ilmu pemasaran, *marketing*. Apa yang ditulis oleh peneliti disini hanya sekelumit penemuannya. Pasti sudah ada juga terlebih dahulu penelitian-penelitian berhubungan dengan semiotika dan visual serta merek/*brand*. Namun hasil temuan penelitian yang dipaparkan kali ini diharapkan sesuatu yang baru dan menjadi menarik karena selain memperluas wawasan, contoh-contoh *sign* dan simbol meskipun terbatas cukup bervariasi. Akan merupakan tantangan baru untuk meneliti historis asal dan mulanya dibuatnya simbol-simbol baik yang sudah hilang, tidak dipakai lagi, yang sudah berevolusi maupun yang masih tetap populer. Pengetahuan semiotika simbol-simbol tentu perlu juga dikaji dalam ilmu komunikasi politik, dengan banyaknya penggunaan simbol politik dan diperlukannya tanda gambar partai.

Belum lagi simbol-simbol dalam bidang olah raga. Penelitian semiotika tidak akan pernah habis untuk diteliti. Hasil temuan penelitian kali ini dirasakan sangat penting untuk membuka wawasan penelitian selanjutnya bagi akademisi ilmu komunikasi, terutama jurusan grafik disain (periklanan) dan pemasaran.

Catatan:

Makalah ini di-review oleh Prof. (Emeritus) Rusdi Muchtar, MA, APU dari LIPI dan dijadikan contoh penulisan jurnal ilmiah dalam Workshop Penulisan Jurnal, November, 2016.

### DaftarPustaka

- Barthes, Roland. (1967) *Elements of Semiology*. UKEssays, London
- Berger A. A. (2010). *Semiotics and Consumers Culture*. Amazon.com, New York
- Berger, A. A. (1988). *Signs in Contemporary Culture: An Introduction to Semiotics*. Amazon.com, New York
- Bungin, Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Combee, Jerry H. (2002). *History of the World in Christian Perspective 3<sup>rd</sup> Edition*. Beka Book, Florida, USA
- Good News Bible. (1976). *Today's English Version*. The British & Foreign Society, London
- Griffin, EM. (2006). *A First Look At Communication Theory, Sixth Edition*. McGraw-Hill, New York
- Hoed, Benny H. (2014). *Semiotika & Dinamika Sosial Budaya*. Komunitas Bambu, Depok
- Lehner, Ernst. (1950). *Symbols, Signs & Signets*, Dover Publications, Inc, New York
- Moleong, Lexy J, (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya, Bandung

Santana K, Septiawan (2010). *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta

Sudarto. (1995) *Metodologi Penelitian Filsafat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung

Dictionaries:

Collins Dictionary of Sociology, 3rd ed. (2000). Harper Collins Publishers, New York

Hornby; Gatenby; Wakefield. (1960). *The Advanced Lerner's Dictionary of Current English*. Oxford University Press, London

Internet, Google Search (November, 2016)