

## MITOS DALAM LOGO KABUPATEN BOGOR *SPORT AND TOURISM*

Qoute Nuraini Cahyaningrum<sup>1</sup>, Sari Rejeki<sup>2\*</sup>  
Universitas Pakuan, Bogor

Surel Korespondensi: [goutenuraini@gmail.com/nairatasya@gmail.com](mailto:goutenuraini@gmail.com/nairatasya@gmail.com)

Kronologi Naskah: diterima 20 Maret 2022, direvisi, 23 April 2022, diputuskan 26 April 2022

### **Abstract**

*This study discusses the myths in Bogor Regency's tourism logo. The brand itself has the slogan; Bogor Regency Sport and Tourism, but this study focuses on the logo displaying the shape of mountains, kujang, taro and paragliding sports. Applying qualitative research method, the object is the logo Bogor Regency Sport and Tourism which was inaugurated in 2019. Data collection techniques used are documenter data collections, visual material and online research. The logos are analyzed using semiotics data analysis methods, adopting Barthes perspective of denotation, connotations and myths. The techniques of examining the validity of research involve data cycle similarity, research persistence and Mead and Blumer's triangulation Symbolic Interactionism. The myths in the logo reveal that that the government of Bogor Regency has strong goals to achieve 'The City of Sport and Tourism'. The local government relies on the potential of it's' territory to be part of tourism and sports activities. Beautiful landscapes, sports facilities, community culture and unique local food and cuisine become important points that are "sold" in the progress of Bogor Regency in the sport and tourism sector.*

**Keywords:** Logo Bogor Sport and Tourism Regency, Semiotics Roland Barthes, Myths

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang mitos dalam Logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Objek penelitian ini adalah logo Kabupaten Bogor *Sport and Tourism* yang diresmikan pada 2019. Logo ini menampilkan bentuk gunung, kujang, talas bogor, olahraga paralayang. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumenter, teknik pengumpulan data bahan visual, dan serta teknik pengumpulan data online. Penelitian ini menggunakan metode atau teknik analisis data Semiotika dengan pendekatan dari Barthes yang menganalisis makna denotasi, konotasi dan mitos. Teknik pemeriksaan keabsahan hasil penelitian menggunakan siklus kesamaan data, ketekunan penelitian. dan triangulasi teori, teori yang digunakan adalah teori Interaksionisme Simbolik dari Mead dan Blumer. Hasil penelitian yang didapatkan dari penelitian ini terkait mitos dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism adalah bahwa pemerintah Kabupaten Bogor ingin menyampaikan pesan bahwa saat ini pemerintah Kabupaten Bogor sedang memiliki tujuan dan semangat yang kuat untuk memajukan Kabupaten Bogor menuju *The City of Sport and Tourism*. Pemerintah Kabupaten Bogor mengandalkan potensi-potensi wilayahnya untuk menjadi bagian dari kegiatan pariwisata dan olahraga. Bentang alam yang indah, fasilitas olahraga, budaya masyarakat serta olahan makanan yang unik menjadi poin penting yang di "jual" dalam kemajuan Kabupaten Bogor dalam sektor *Sport & Tourism*.

**Kata kunci:** Logo, Kabupaten Bogor Sport and Tourism, Semiotika, Roland Barthes, Mitos

### **PENDAHULUAN**

Saat ini Kabupaten Bogor memperkenalkan diri sebagai kawasan tempat tujuan pariwisata dan olahraga, hal ini tercermin dalam logo dan slogan kabupaten Bogor yaitu *Sport and Tourism* yang diresmikan pada tahun 2019. Logo merupakan salah satu bentuk

komunikasi, di dalam logo terdapat pesan dan makna yang ingin disampaikan oleh komunikator yaitu pemerintah Kabupaten Bogor. Logo menarik untuk dikaji, karena melalui logo kita bisa mengetahui visi, misi, pesan maupun makna yang ingin disampaikan oleh komunikator. Penggambaran visual dalam logo bisa memberikan arti dan pesan tersendiri. Garis, titik, bentuk, warna dan elemen visual lainnya yang termuat dalam satu kesatuan objek gambar bisa menyampaikan pesan tersendiri. Bahasa visual terkadang bisa mengungkapkan apa yang tidak tersampaikan dalam bahasa lisan maupun tulisan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat mitos pada logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism. Penelitian ini menggunakan perspektif semiotika dari Roland Barthes. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis mitologi atau mitos yang terkandung di dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism. Kerangka teoritis yang disertakan dalam penelitian ini adalah interaksi simbolik dari yang membahas *mind*, *self* dan *society* yang dikaitkan dengan pembuatan serta mitologi yang terdapat di dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism.

## KAJIAN TEORI

Mitos menurut Barthes (Barthes;2006; 153) pada dasarnya, segala sesuatu tidaklah diekspresikan pada waktu yang bersamaan, beberapa objek menjadi mangsa wicara mitis untuk sementara waktu, lalu sirna, yang lain menggeser tempatnya dan memperoleh status sebagai mitos. Menurut Barthes (2005,154) pembacaan logo ada pembacaan pada penanda kosong, Tipe pembacaan mitos yang kedua adalah memfokuskan pada penanda yang penuh, dimana berthes jelas jelas membedakan makna dari bentuk, dan akibatnya mampu melihat distorsi yang dilakukan satu pihak kepada pihak yang lain, berarti Barthes membatalkan proses penandaan dalam sistem mitis dan kemudian menerima sistem mitis ini sebagai tipuan. Cara pembacaan mitos yang ketiga adalah memfokuskan pembacaan pada penanda mitis sebagai sesuatu yang utuh terdiri dari makna dan bentuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Bogdan dan Taylor *dalam* Bungin 2015). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode dokumenter. Sumber data didapatkan dari dokumen resmi dari Pemerintah Kabupaten Bogor mengenai Branding Kabupaten Bogor Sport and Tourism. Pemilihan atau penentuan sumber data dengan cara *purposive*. Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data bahan visual. Teknik pengumpulan data lainnya adalah teknik penelusuran data online. Penelusuran data online mengenai informasi yang terkait dengan logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism. Teknik analisis data menggunakan semiotika dengan pendekatan dari Roland Barthes yang membahas makna denotatif, konotatif dan mitos. Teknik pemeriksaan keabsahan data melalui menemukan siklus kesamaan data, ketekunan penelitian. Penelitian ini juga menggunakan triangulasi teori Interaksi Simbolik sebagai teknik pemeriksaan keabsahan penelitian. Douglas (1970) *dalam* Ardianto (2014: 136), menjelaskan bahwa makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi. Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, adalah *mind*, *self*, *society*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo terdiri dari beberapa objek ini diantaranya visualisasi kujang, talas, gunung dan paralayang. Berikut pembahasan pada masing masing objek di dalam logo.

### *Kujang*



Gambar 2: Gambar senjata Kujang dan logo kujang yang terdapat dalam logo Bogor Sport and Tourism

(Sumber: dokumentasi Branding Kabupaten Bogor)

Secara Denotatif, objek yang terlihat berbentuk gambar yang menyerupai kujang. Objek tersebut memiliki ujung lancip dan tajam serta banyak memiliki lekukan dan undakan ke atas. Secara konotatif gambar yang divisualisasikan mirip dengan senjata kujang merupakan gambaran objek yang didominasi oleh garis melengkung. Setiap pertemuan pada garis-garis melengkung tadi membentuk sudut yang lancip. Irawan dan Tamara (2013) menyampaikan bahwa garis yang membentuk olakan-olakan ke atas (*upwards swirls*) memberikan sugesti aspirasi kekuatan spiritual dan semangat yang menyala, hasrat yang keras dan berkobar-kobar.



### **Talas Bogor**

Gambar 3: Gambar tanaman talas dan gambar talas yang terdapat dalam logo Bogor Sport and Tourism

(Sumber: dokumentasi Branding Kabupaten Bogor)

Denotatif, di dalam logo terdapat satu buah objek yang memiliki lengkungan mirip daun yang berwarna hijau serta berdekatan dengan objek berwarna ungu. Bentuk gambar abstrak ini menyerupai lengkungan berbentuk gambar organ daun hijau dan objek berwarna ungu. Konotatif, dalam objek ini terdapat garis lengkung ke atas atau *upward swirl*, kekuatan spiritual dan semangat yang menyala, hasrat yang keras dan berkobar-kobar. (Irawan dan Tamara (2013). Objek berwarna hijau menyerupai bentuk organ daun talas, objek berwarna ungu bisa diasosiasikan dengan talas yang saat ini identic dengan warna ungu (istilah *taro*, istilah Bahasa Inggris dari talas, banyak digunakan pada produk makanan dengan ciri khas berwarna ungu). Dari sisi konotatif, warna memiliki warna. Warna hijau yang terdapat pada objek mirip daun terasosiasi dengan *Harmony, tranquillity, peace* (colorpsychology.org), warna ungu yang terdapat pada objek talas terasosiasi dengan dengan kemewahan, kekayaan, kebijaksanaan, harga diri, misteri, magis (colorpsychology.org).

### **Gunung**



Gambar 4: Gambar gunung dan siluet gunung yang terdapat dalam logo Bogor Sport and Tourism

(Sumber: dokumentasi Branding Kabupaten Bogor)

Denotatif, terdapat garis organis melengkung menyerupai bentuk gunung. Pada objek ini digambarkan ada dua gunung. Konotatif, Gunung Salak dan Gunung Pangrango adalah gunung yang terdapat di Kabupaten Bogor (Bogorkab.id). Penggambaran gunung terdiri dari dua buah gunung dengan ukuran yang berbeda. Ketinggian yang berbeda ini bisa menggambarkan undakan, atau tangga, diaman tangga merupakan gambaran sebagai

upaya untuk meraih cita-cita (Bogorkab.go.id). Warna garis yang digunakan gambar tepi siluet gunung adalah warna kuning, hijau dan ungu. Warna kuning menggambarkan kegembiraan dan energi, warna hijau menggambarkan kedamaian, harmonisasi, warna ungu menggambarkan kemewahan, kekayaan, kebijaksanaan, harga diri, misteri, magis (colorpsychology.org)

### ***Paralayang***



Gambar 5: Gambar Olahraga Paralayang dan gambar Paralayang yang terdapat dalam logo Bogor Sport and Tourism  
(Sumber: dokumentasi Branding Kabupaten Bogor)

Makna Denotatif: Objek yang berbentuk orang yang sedang melakukan olahraga paralayang. Garis yang lengkung yang membentuk siluet paralayang dengan warna merah, hijau, biru, kuning, ungu. Konotatif: warna biru identic dengan *Reliability, sadness, calm, peace* (colorpsychology.org), warna kuning menggambarkan Kegembiraan, energi, warna hijau menggambarkan *Harmony, tranquillity, peace* (colorpsychology.org), warna merah menggambarkan *Higher class society, kekuatan, ambisi* (colorpsychology.org), warna ungu menggambarkan Terasosiasi dengan kemewahan, kekayaan, kebijaksanaan, harga diri, misteri, magis (colorpsychology.org). Dalam objek paralayang di dalam logo ini pula terdapat gambar bulat berwarna kuning di belakang orang yang sedang bermain paralayang. Objek bulat ini bisa dianalogikan sebagai matahari karena objek paralayang ini berada di atas gunung dan berada paling atas di antara semua objek logo.

### ***Pembacaan Mitos pada Logo Kabupaten Bogor The City of Sports and Tourism***

#### **1. Pembacaan pada penanda yang kosong.**

Penandaan bersifat literal, tipe pembacaan ini adalah tipe pembacaan dari produsen mitos. Menurut produsen Logo Kabupaten Bogor The City of Sport and Tourism, Kujang merupakan pusaka tradisional masyarakat sunda yang identik dengan keagungan sunda, kujang melambangkan keperwiraan yang berarti gambaran masyarakat Kabupaten Bogor yang memiliki sifat tak gentar dalam menegakan kebenaran. Talas Bogor merupakan tanaman yang termasuk golongan umbi-umbian, Talas Bogor tumbuh sepanjang tahun sehingga selalu tersedia tanaman Talas Bogor ini banyak sekali tumbuh di daerah Kabupaten Bogor dan menjadi buah tangan khas Bogor. Objek Gunung yang ada di dalam logo menurut pembuat logo menandakan bahwa Kabupaten Bogor dianugerahi Gunung Salak dan Gunung Pangrango. Gunung mewakili pariwisata daerah yang di dalamnya ada curug, sungai, bukit dan perkebunan yang dapat dinikmati dengan berbagai aktifitas wisata. Objek ketiga menurut pembuat logo merupakan olahraga yang memadukan konsep olahraga dengan wisata. Pada gelaran Asian Games, Kabupaten Bogor dipercayai menyelenggarakan kegiatan Asian Games dengan cabang olahraga Paralayang tingkat asia. Terdapat warna yang ada di dalam logo, yaitu hijau, kuning, merah, biru, ungu. Warna hijau merupakan representasi dari warna alam Kabupaten Bogor yang sarat dengan harmoni. Warna Kuning keemasan menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor adalah daerah yang makmur dan juga penuh prestasi. Warna merah memiliki arti

semangat Kabupaten Bogor dalam membangun daerahnya sebagai *the city of sport and tourism*. Warna biru melambangkan luasnya

wilayah Kabupaten Bogor serta memiliki arti kesejukan daerahnya. Warna ungu menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor adalah daerah berkeadaban dan penuh kebijaksanaan.

2. Tipe pembacaan mitos yang kedua adalah memfokuskan pada penanda yang penuh, dimana berthes jelas jelas membedakan makna dari bentuk, dan akibatnya mampu melihat distorsi yang dilakukan satu pihak kepada pihak yang lain, berarti Barthes membatalkan proses penandaan dalam sistem mitis dan kemudian menerima sistem mitis ini sebagai tipuan. Ini adalah model pemfokusan seorang mitolog, dia menguraikan mitos, memahaminya sebagai distorsi. Dalam hal ini logo Kabupaten Bogor memiliki empat bentuk utama yaitu Kujang, Talas Bogor, Gunung dan Paralayang. Pada bagian logo pertama, yaitu kujang. Kujang dalam pemahaman secara umum merupakan senjata khas Jawa Barat, namun menurut Kurniawan (2014), kujang bukan hanya sebagai senjata/alat khas yang dimiliki Jawa Barat saja, tapi di wilayah lain pun ditemukan perangkat yang mirip dengan kujang. Kujang seringkali dikatakan sebagai senjata, menurut KBBI, senjata adalah alat yang dipakai untuk berkelahi atau berperang. Mengacu pada pendapat Kurniawan (2014), disini kujang bukan sebagai senjata untuk berkelahi atau berperang, kujang lebih kepada simbol kepangkatan, kehormatan kepada para pemimpin yang berjasa besar kepada Negara, nilai sebuah ajaran dan sebagainya. Kujang di dalam budaya Sunda merupakan senjata yang memiliki nilai sakral dan mistis (sarana ritual). Pada zaman Pajajaran Makukuhan atau Pajajaran awal kujang mendekati kesempurnaan secara perupa.

Pada objek gambar kedua yaitu gunung, dalam logo diperlihatkan dua buah gunung yang terdapat di Kabupaten Bogor yaitu Gunung Salak dan Gunung Pangrango. Secara geografis, Gunung Salak berbatasan dengan Kabupaten Sukabumi, Gunung Pangrango berbatasan dengan Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Sukabumi. Disini terdapat distorsi makna pada objek gunung. Gunung yang dimaksud di dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism bukan hanya milik daerah Kabupaten Bogor, tapi juga milik daerah Kabupaten Sukabumi dan Cianjur. Objek ketiga, yaitu penggambaran Talas Bogor di dalam logo tidak terdapat distorsi atau penyimpangan makna. Kerana Talas Bogor memang memiliki warna ungu pada batang dan merupakan buah tangan dari Bogor yang dikenal hingga saat sekarang. Objek ke-empat dalam logo Kabupaten Bogor The City of Sport and Tourism adalah Paralayang. Olahraga paralayang memang salah satu jenis olahraga yang identik dengan Kabupaten Bogor, terutama di daerah puncak. Olahraga paralayang ini merupakan sebuah kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas. Pemerintah Kabupaten Bogor tidak membentuk komunitas ini maupun terhubung langsung dengan olahraga paralayang ini. Selain Kabupaten Bogor juga terdapat wilayah yang seringkali dijadikan tempat untuk olahraga Paralayang yaitu di daerah Gunung Banyak, Batu, Malang.

3. Cara pembacaan mitos yang ketiga adalah memfokuskan pembacaan pada penanda mitis sebagai sesuatu yang utuh terdiri dari makna dan bentuk. Tipe pembacaan ini bersifat dinamis, pembacaan ini mengonsumsi mitos sebagai cerita yang benar dan sekaligus tidak realistis. Mitos pada objek pertama yaitu kujang. Kujang mempunyai latar belakang sejarah yang panjang, dari perkakas, senjata hingga menjadi sebuah simbolisasi. Secara umum kujang dikenal sebagai senjata dan pusaka orang Sunda yang berasal dari Jawa Barat. Kujang hal ini dinyatakan secara teoritis; jumlah lubang 1 pada bilah kujang adalah simbol letak kota praja disebut Sunda tahun 670 M saat Tarumanegara dipimpin Maharaja Purnawarman (mengacu kujang sebagai peta). Pada zaman Pajajaran Mangukuhan kujang menjadi sebuah pusaka lambang pemersatu antara Sundapura dan

Galuh melalui Perjanjian Galuh pada tahun 739 M. (Kuncoro *dalam* Kurniawan , 2014).  
Pada tahun 1170 M, Kujang sebagai ajimat atau pusaka (piandel)

mulai digunakan oleh para petinggi dan bangsawan kerajaan Pajajaran Makukuhan. Kujang berfungsi sebagai simbol status kepangkatan, penghormatan kepada para pemimpin yang berjasa besar pada negara, nilai sebuah ajaran dan sebagainya (masa pemerintahan Prabu Kuda Lalean).(Kurniawan, 2014).

Saat ini Kujang dipergunakan sebagai simbolisasi tapi dalam bentuk gambar visual bukan berbentuk senjata atau berbentuk kujang (secara fisik). Gambar Kujang banyak terdapat di dalam logo resmi pemerintahan daerah di Jawa Barat, seperti pada logo Provinsi Jawa Barat, logo pemerintahan Kota Bogor, logo pemerintahan Kabupaten Sukabumi, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Pangandaran, Kota Banjar, dan logo pemerintahan Kota Depok. Begitu pula dengan logo Kabupaten Bogor The City of Sport and Tourism menampilkan kujang pada salah satu bagian logonya. Makna kujang sebagai simbolisasi keberanian dan keagungan Sunda di masa lampau, kujang juga memiliki sifat tak gentar dalam menegakkan kebenaran. Pada kujang terdapat bagian pegangan yang juga disebut dengan harupat. Harupat memiliki makna keterikatan Bogor dengan sajarah asal usul nama Bogor yang berarti Kawung. Harupat juga bermakna sesuatu yang kuat, kokoh, simbol kekokohan masyarakat Bogor dalam mempertahankan jati diri (bogorkab.go.id).

Secara garis besar apabila ditarik benang merah mengenai objek kujang ini selalu berkaitan dengan pemimpin atau petinggi atau bangsawan. Kujang secara sejarah belum mengalami pergeseran makna, yang berubah adalah pemiliknya dan bentuk kujang itu sendiri. Pada masa lalu para petinggi atau kaum bangsawan memiliki senjata kujang secara fisik sebagai simbol dari status kepangkatan, penghormatan pada para pemimpin yang berjasa besar pada negara. Pada saat sekarang kujang hanya terdapat dalam bentuk visual (terdapat dalam logo), Kujang juga merupakan simbolisasi pemimpin. Para logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism pemimpin saat ini adalah pemerintahan Kabupaten Bogor itu sendiri.

Objek Talas Bogor. Talas merupakan tanaman pangan yang bisa tumbuh dan berkembang baik di benua Asia, Afrika, dan Amerika. Kabupaten Bogor memiliki jenis talas yang sudah diidentifikasi, dikarakterisasi dan didaftarkan di Litbang Pertanian yaitu Talas Bulkok, Talas Bentul dan Talas Sutra). (jabar.litbang.pertanian.go.id). Meskipun talas ada di berbagai belahan dunia dan di berbagai wilayah di Indonesia sendiri, namun masyarakat Bogor mampu memberikan identitas terhadap Talas yang merupakan buah tangan khas Bogor, dengan berbagai inovasi bidang makanan yang berbahan baku talas seperti lapis talas, bolu talas dan makanan berbahan baku talas lainnya. Objek logo ketiga yaitu gunung mengacu pada Gunung Salak dan Gunung Pangrango yang secara geografis keduanya merupakan batas wilayah Kabupaten Bogor sebelah selatan. Di wilayah kedua gunung ini terdapat taman nasional. Taman Nasional Gunung Halimun Salak dan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Gunung Salak maupun Gunung Pangrango merupakan pegunungan yang masih terjaga kelestariannya. Banyak pendaki yang mengunjung pegunungan ini. Saat ini di kaki Gunung Salak maupun Gunung Pangrango mulai banyak akomodasi pendukung pariwisata. Daerah- daerah ini lambat laun mulai berkembang dengan sector utama pariwisata. Namun, perkembangan pariwisata ini tidak melunturkan citra Gunung Salak dan Gunung Pangrango di mata masyarakat. Masyarakat umum yang pendapatnya banyak terdapat di berbagai media menyebutkan bahwa bahwa Gunung Salak maupun Gunung Pangrango memiliki hal lain selain pariwisata, yaitu hal yang berkaitan dengan citra Gunung yang seram, mistis dan angker. terutama pada Gunung Salak, banyak media yang menulis mengenai hal ini seperti metro.sindonews.com menulis artikel 4 Cerita Horor di Gunung Salak (Danaryati, 2022).

Sama halnya dengan Gunung Salak, Gunung Pangrango juga memiliki cerita-cerita sejenis yang masih dilestarikan oleh masyarakat hingga saat ini

dengan menyebarkannya melalui media. Objek logo keempat yaitu Olahraga Paralayang, olahraga Paralayang ini identik dengan Kabupaten Bogor, karena Puncak pernah menjadi tuan rumah penyelenggaraan Asean Games 2018 untuk cabang olahraga Paralayang. Perhelatan Asean Games diliput oleh banyak media massa, begitu pula Olahraga Paralayang yang diselenggarakan di Puncak, hal ini tersebar melalui media, sehingga Puncak identik dengan Paralayang. Sesuatu hal bisa menjadi mitos apabila yang mengatakannya adalah pihak yang memiliki dominasi, dalam hal ini media massa memiliki pengaruh yang banyak dalam menyampaikan semua informasi.

### **Pemeriksaan keabsahan hasil Penelitian**

Pemeriksaan keabsahan data melalui menemukan siklus kesamaan data, ketekunan penelitian ketekunan pengamatan dan triangulasi teori interaksionisme simbolik. Teori ini menekankan pada tiga faktor yaitu *mind*, *self* dan *society*. Pada *mind*, manusia bertindak kepada manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepadanya. Pemerintah Kabupaten Bogor merupakan pihak yang diberikan kepercayaan oleh masyarakat untuk menjadi pemimpin di wilayahnya. Salah satu cara bentuk tanggung jawab dalam memajukan daerahnya adalah dengan membentuk upaya memajukan daerah yang salah satu bentuknya tercermin di dalam logo Kabupaten Bogor, Sport and Tourism. Logo ini menyampaikan pesan bahwa kabupaten Bogor merupakan daerah unggul di bidang pariwisata dan olahraga. *Self* adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain. Berkaitan dengan *self* pada interaksionisme simbolik, Pemerintah Kabupaten Bogor merefleksikan diri sebagai wilayah tujuan pariwisata dan olahraga. Pemerintah Kabupaten Bogor merefleksikan diri bukan hanya berpijak pada pendapat internal pemerintahan saja, tapi juga berdasarkan penilaian atau pendapat dan sudut pandang orang lain. Wilayah Kabupaten Bogor, khususnya kawasan Puncak merupakan daerah tujuan wisata bagi wisatawan, terutama wisatawan lokal dari ibukota Jakarta. Kawasan Puncak sudah menjadi primadona sejak Zaman Belanda ([travel.detik.com](http://travel.detik.com)). Dari bidang olahraga Kawasan Puncak Kabupaten Bogor pernah menjadi tempat penyelenggaraan Asean Games 2018 pada cabang olahraga Paralayang, dengan demikian kawasan Puncak, dan umumnya Kabupaten Bogor memiliki citra sebagai kawasan wisata dan olahraga. Pemerintah Kabupaten Bogor merefleksikan diri atas pandangan orang lain atau pihak lain. Faktor ketiga dalam interaksionisme simbolik adalah Masyarakat (*Society*), ini adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya. Konsep *society* selaras dengan konsep mitos Barthes. Mitos tercipta dari interaksi antar manusia dan mengalir di dalam masyarakat. Mitos bisa terjadi dalam waktu yang berbeda. Sebuah mitos bisa terjadi turun temurun dalam waktu yang panjang, namun tidak abadi. Perubahan waktu dan Interaksi antar manusia bisa mengubah mitos.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Mitos yang terdapat di dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism, pertama bahwa Kujang merupakan simbol dari pihak yang memiliki kekuasaan, dalam logo ini pihak yang memiliki kekuasaan adalah pemerintah Kabupaten Bogor, meskipun Kujang yang ada pada saat ini hanya dalam bentuk visual saja, bukan senjata Kujang secara fisik yang dimiliki para pemangku kekuasaan atau orang penting dan berjasa pada masa lampau. Pada objek kedua yaitu talas bogor merepresentasikan pangan yang berasal dari Bogor, masyarakat Bogor mampu membuat citra Talas sebagai pangan khas dari Bogor melalui inovasi pangan

dan identifikasi jenis talas yang berasal dari Bogor. Mitos pada objek gunung menyiratkan cita cita Pemerintah kabupaten Bogor dalam mewujudkan Kabupaten

Bogor sebagai tujuan pariwisata dan olahraga. Bentuk undakan seperti anak tangga dalam bentuk tinggi gunung yang tidak sejajar menyiratkan pesan bahwa Pemerintahan Kabupaten Bogor masih dalam “proses menuju” tujuan yang diinginkan, belum pada tahap akhir. Pemerintah Kabupaten Bogor mengandalkan keindahan dan kelastarian alam yang dimiliki oleh Gunung Salak dan Gunung Pangrango. Keindahan dan kelestarian alam ini diharapkan bisa mendongkrak sektor pariwisata dan olahraga.

Saran untuk Logo Kabupaten Bogor masih terdapat kekurangan yaitu pada unsur *simple* dan *esily adapted for all medias*. Logo ini menarik secara visual tapi terlalu banyak gambar, bentuk dan warna di dalam logo sehingga pesan utama yang ingin disampaikan kurang terlihat. logo belum terlihat, karena logo terlalu banyak memperlihatkan kelebihan Kabupaten Bogor. Kerumitan gambar pada logo juga mungkin akan berpengaruh pada kemampuan adaptasi aplikasi media. Seperti untuk media online, yang kecepatan pergerakan atau perubahan layarnya tinggi, orang akan menjadi sulit fokus untuk melihat tampilan logo, begitu pula pada media lain seperti media cetak atau luar ruang, mungkin logo bisa jadi tidak semua tercetak atau tertampilakan, karena kemampuan perangkat atau kemampuan mata khalayak untuk melihat logo tersebut. Saran dari penulis logo bisa buat lebih sederhana dan pesan lebih terfokus serta objek bisa diadaptasikan dengan karkarakteristik berbagai media tempat logo akan ditampilkan.

## REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro. (2014). Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Afandi, Ahmad. (2013). Mitologi Logo Universitas Islam Negeri (Analisis Mitos Roland Barthes Terhadap Simbolisme Mitologi Kuno Dan Simbolisme Freemason Yang Terdapat Pada Logo-Logo Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta). Yogyakarta: Tesis UNS-Pascasarjana Prodi. Ilmu Komunikasi.  
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/33766>. Diakses pada Nopember 2021.
- Bungin, Burhan. (2015). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Prenada Media
- Barthes, Roland. (2006). Mitologi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Carter, David, E. (2007). The Little Book of Logo Recipes; Succesfull Design and How to Create Them. New York: Collin Design.
- Colorpsychology. (2022). Color Psychology, The Psychology of Colors and Their Meaning. <https://www.colorpsychology.org>. Diakses Desember 2021
- Danaryati, Andin. (2022). 4 Tempat Angker di Gunung Salak, Nomor 3 Paling Diminati Masyarakat". <https://metro.sindonews.com/read/658353/170/4-tempat-angker-di-gunung-salak-nomor-3-paling-diminati-masyarakat-1642327287>. Diakses Desember 2021
- Irawan, Bambang, Tamara Priscilla. (2013). Dasar-dasar Desain. Bogor: Griya Kreasi.
- Kabupaten Bogor. (2021). Paralayang di Puncak Bogor. <https://bogorkab.go.id/post/detail/paralayang-di-puncak-bogor>. Diakses Desember 2021
- Kabupaten Bogor. (2022). Lambang Kabupaten Bogor. <https://bogorkab.go.id/pages/lambang-kabupaten-bogor>. Diakses Desember 2021
- Kabupaten Bogor. (2021). Dokumentasi Branding Kabupaten Bogor. <https://bogorkab.go.id/pages/lambang-kabupaten-bogor>. Diakses Desember 2021
- Kurniawan, Aris. (2014). Kajian Historis dan Filosofis Kujang. Bandung: Jurnal Itenas Rekarupa. 2 (1)
- Mustika, Syanti. (2020). Sejak Zaman Belanda Kawasan Puncak sudah Menjadi Primadona. <https://travel.detik.com/travel-news/d-5315013/sejak-zaman-belanda-kawasan-puncak-sudah-menjadi-primadona>. Diakses Desember 2021

- Putra, Ricky W. (2020). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Setiawan, I Nyoman Anom Fajaraditia dan Jayanegara, I Nyoman. (2019). Sistem Tanda Visual Logo Stikom Indonesia. Denpasar, Bali: Stimik Stikom Indonesia
- Susilawati, Pepi Nur. (2020). BUDIDAYA TALAS VARIETAS BENENG. BPTP BANTEN  
<https://banten.litbang.pertanian.go.id/new/images/pdf/benengbudidaya2020.pdf>.  
Diakses Desember 2021
- Wahjuwibowo, Indiwani Seto. (2019). Semiotika Komunikasi Edisi III; Aplikasi Praktis untuk penelitian dan skripsi komunikasi. Banten; Rumah Pintar Komunikasi.