

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Semiotik atau semiologi merupakan terminologi yang merujuk pada ilmu yang sama. Istilah semiologi lebih banyak digunakan di Eropa sedangkan semiotik lazim dipakai oleh ilmuwan Amerika. Istilah tersebut berasal dari kata Yunani yaitu *semeion* yang berarti ‘tanda’ atau ‘sign’ dalam bahasa Inggris itu adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda seperti: bahasa, kode, sinyal, dan sebagainya. Semiotik biasanya didefinisikan sebagai teori filsafat umum yang berkenaan dengan produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengomunikasikan informasi.

Menurut Chandler (dalam Sukyadi, 2011) pembedaan sosial dapat diamati tidak hanya dalam kode linguistik tetapi juga dari sejumlah kode-kode nonverbal. Dalam hal ini lambang klub sepakbola yang merupakan kode nonverbal yang akan diteliti dari segi makna dari setiap bagian yang dimunculkan dari lambang tersebut.

Di samping itu, teori ini berpendapat bahwa dalam sebuah teks terdapat banyak tanda dan pembaca atau penganalisis harus memahami apa yang dimaksudkan dengan tanda-tanda tersebut. Secara garis besar,

Pierce (Alex, 2003) membagi tanda atas ikon, indeks dan simbol/lambang. Dari situlah peneliti tertarik meneliti logo Persib, logo viking dan atribut lainnya. Serta julukan dan slogan-slogan yang terkait dengan Persib yang disoroti dari segi makna dan respon masyarakat khususnya beberapa suporter fanatik mengenai hal itu. Dikarenakan banyak dari masyarakat termasuk peneliti yang tidak mengetahui apa dan bagaimana lambang serta slogan dari suatu klub sepakbola serta apa makna yang terkandung didalamnya, maka dari itu peneliti tertarik meneliti hal ini dengan menggunakan kajian semiotik.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah makna dari logo Persib, logo viking dan logo atribut lainnya?
2. Apa makna dari slogan-slogan Persib?
3. Apa kaitan di antara makna logo tersebut?
4. Apa kaitan di antara makna slogan tersebut?
5. Bagaimana pandangan para pemain, pengurus Persib, pengurus viking dan bobotoh terhadap makna logo Persib, logo Viking dan makna slogan-slogan Persib?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan-tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah makna dari logo Persib, logo viking dan atribut lainnya.
2. Mengetahui apa makna dari slogan-slogan Persib.
3. Mengetahui apa kaitan diantara makna logo tersebut.
4. Mengetahui apa kaitan diantara makna slogan tersebut.
5. Mengetahui pandangan para pemain, pengurus Persib, pengurus viking dan bobotoh terhadap makna logo Persib, logo Viking dan makna slogan-slogan Persib

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian ini dilakukan, diharapkan hasilnya dapat bermanfaat bagi beberapa pihak. Manfaat dari penelitian ini meliputi :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi khasanah keilmuan kajian semiotika yang berkaitan dengan logo dan dapat pula dimanfaatkan untuk penelitian-penelitian yang lebih lanjut.
- b. Bagi peneliti dan pembaca dapat meningkatkan pengetahuan pembaca dan peneliti tentang makna dari lambang klub sepakbola Persib Bandung juga mengetahui makna dari slogan-slogan terkait.

#### **1.5 Definisi Operasional**

Menurut KBBI Online, semiotika adalah ilmu (teori) tentang lambang dan tanda (dalam bahasa, lalu lintas, kode morse, dsb); semiotik sering disebut juga semiologi. Semiotika sering didefinisikan sebagai

kajian mengenai tanda. Simbol adalah sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain dan hubungannya biasanya dibatasi oleh kesepakatan yang ditetapkan. Menurut Kridalaksana (2001). Semiotika adalah ilmu yang mempelajari lambang-lambang dan tanda-tanda. Selain itu, ada juga definisi logo menurut Herusatoto (2000) yang menyebutkan bahwa logo adalah tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang. Ferdinand de Saussure (1996) mendefinisikan semiologi sebagai suatu ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda didalam kehidupan sosial. Ilmu ini merupakan bagian dari psikologi sosial. Sedang linguistik merupakan cabang dari semiologi. Sedangkan Semiologi menurut Barthes (2007) adalah ilmu tentang bentuk-bentuk, karena hal itu mempelajari pertandaan terlepas dari kandungannya.

Logo adalah huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan sebagainya. Sedangkan lambang adalah sesuatu seperti tanda (lukisan, lencana, dan sebagainya) yang menyatakan suatu hal atau mengandung maksud tertentu atau bisa juga didefinisikan sebagai huruf atau tanda yang digunakan untuk menyatakan unsur, senyawa, sifat, atau satuan matematika (KBBI).

Slogan adalah moto atau frasa yang dipakai pada konteks politik, komersial, agama dan lainnya sebagai ekspresi sebuah ide atau tujuan. Bentuk slogan bervariasi, dari yang tertulis dan terlihat sampai yang

diucap dan vulgar. Kata slogan diambil dari istilah dalam bahasa Gaelik, *sluagh-ghairm* yang berarti teriakan bertempur (wikipedia online).

Stephanie (2007) menyebutkan bahwa slogan sebagai bagian dari identitas suatu produk merupakan asset yang sangat penting, karena melalui slogan, pesan dapat disampaikan kepada khalayak dengan mengena. Slogan dapat mengidentifikasi munculnya sebuah identitas, dan pada gilirannya identitas tersebut mampu membentuk impresi tertentu atas suatu produk dimata masyarakat.

Kendati semiotika memiliki beragam definisi sebagaimana diatas, baik ditinjau dari sudut linguistik, logika (filsafat), atau komunikasi, tetapi pada intinya semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda.