

Analisis Semiotika Logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (Peruri)

Semiotic Analysis Logo Perum Printing Money of The Republic of Indonesia (PERURI)

¹Friendlyto Harnanto Putra, ²Teguh Ratmanto

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹dithofriendlyto77@gmail.com, ²teguhratmanto@gmail.com

Abstract. The awareness of knowledge that everything occurs in social life is often interpretative, symbols that we own and use, whether verbally or non verbally, limiting our capability to interpret and reveal our observation of the surrounding reality to others. A company' or organization logo represents a vital identity. It became the milestone of the institution' image upon a person' first glance. Along the way, Logo has become a part of corporate identity. To a company, changing a logo may become taboo since it involves a shift of history. For the others, logo change is a very interesting media to communicate change. Money Printing Public Company of the Republic of Indonesia/ Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri) is a State Owned Enterprise/Badan Usaha Milik Negara (BUMN) which has been entrusted by the government to print out bank notes and mints, secured documents or other non financial securities. Established on September 51, 1971, Perum Peruri introduced its logo with the purpose of promoting its new identity to the people and the world. This research utilizes qualitative method to seek out the meaning behind the logo of Perum Peruri. The tool of analysis refers to Charles Sanders Pierce semiotic methodology. This method allows the researcher to explore the value behind the printing company' latest logo by focusing research on icon, index and symbol on the logo. The conclusion of this research presents a description that Perum Peruri has endeavored to display its newest logo in the attempt to represent service excellence in digital printing and also display company existence on an international level.

Keywords: icon, index, symbol

Abstrak. Kesadaran pengetahuan bahwa segala yang terjadi dalam kehidupan sosial adalah interpretatif, simbol-simbol yang kita miliki dan kita gunakan, baik verbal maupun nonverbal, membatasi kemampuan kita untuk menafsirkan dan mengungkapkan pengamatan kita atas realitas di sekeliling kita kepada orang lain. Logo sebuah perusahaan atau organisasi merupakan identitas penting bagi perusahaan. Logo menjadi titik awal pencitraan lembaga ketika seseorang melihat pertama kali sebuah perusahaan. Logo adalah bagian dari identitas perusahaan. Bagi sebuah perusahaan, perubahan logo menjadi tabu karena menyangkut perubahan histories. Bagi sebagian yang lain, perubahan logo adalah alat yang sangat menarik untuk mengkomunikasikan perubahan. Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dipercaya oleh Pemerintah Republik Indonesia untuk mencetak uang kertas dan uang logam Rupiah serta produk dokumen sekuriti atau kertas berharga non uang lainnya. Didirikan pada tanggal 15 September 1971, pada tanggal 28 Januari 2016 Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri) telah mengganti logonya yang bertujuan memperkenalkan identitas baru perusahaan kepada seluruh masyarakat dan dunia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui makna apa saja yang terkandung dalam logo Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri). penelitian mengenai logo tersebut diteliti dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Pierce, dimana dengan metode ini memberikan ruang bagi penulis untuk mengeksplorasi makna yang terkandung dibalik logo terbaru perusahaan percetakan ini dengan meneliti ikon, indeks, dan simbol yang ada pada logo. Bagian akhir dari penelitian ini memberikan gambaran bahwa Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri) berusaha menampilkan logo terbaru untuk mewakili peningkatan pelayanan dalam bidang digital printing dan juga untuk memperlihatkan eksistensi perusahaan dikancah internasional.

Kata kunci: ikon (icon), indeks (index), dan simbol (symbol)

A. Pendahuluan

Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dipercaya oleh Pemerintah Republik Indonesia untuk mencetak uang kertas dan uang logam Rupiah serta produk dokumen sekuriti atau kertas berharga non uang lainnya.

Logo adalah identitas perusahaan merupakan salah satu konsep komunikasi yang dapat dianalisis dari segi grafisnya, agar dapat diketahui bagaimana filosofinya, latar belakangnya, apa tujuannya, serta bagaimana logo tersebut dapat bekerja sebagai pesan yang bersifat nirverbal (nonverbal symbol).

Permasalahannya adalah mampukah masyarakat dan organisasi tertentu dapat menerjemahkan dan mengaplikasikan makna dari logo tersebut dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan orientasi pemaknaan logo yang dianutnya agar tidak terjadi kesalahpahaman maksud dari isi pesan yang ingin dikomunikasikan melalui simbol atau logo tersebut.

Untuk memahami logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) sebagai identitas perusahaan, penulis menganalisis dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika komunikasi Charles Sanders Peirce dengan menggunakan hubungan triadiknya yakni makna ground, object, dan interpretant. Dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan penelitian makna analisis logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) dengan menggunakan salah satu bagian dalam hubungan triadic yaitu object. Berdasarkan objectnya, Peirce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol).

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut penulis menyoroti secara khusus mengenai “*Bagaimana Analisis Semiotika ‘Charles Sanders Peirce’ Terhadap Logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI)?*” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui makna *icon* (Ikon) dalam logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI).
2. Untuk mengetahui makna *index* (indeks) dalam logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI).
3. Untuk mengetahui makna *symbol* (simbol) dalam logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI).

B. Landasan Teori

Komunikasi pada dasar dapat dilihat dari berbagai dimensi, dan menjadi salah satunya adalah komunikasi sebagai simbolik. Di dalam dimensi itu dikatakan bahwa hampir semua pernyataan manusia baik yang ditujukan untuk kepentingan dirinya, maupun untuk kepentingan orang lain dinyatakan dalam bentuk simbol. Proses pemberian makna terhadap simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi, selain dipengaruhi faktor budaya, juga faktor psikologis, terutama pada saat pesan di-decode oleh penerima.

Logo adalah tataran bawah dari manajemen strategis perusahaan, dan merupakan implementasi dari strategi bisnis perusahaan. Fungsi logo. Disamping itu juga logo merupakan penyajian grafis merek yang akan menjadi wakil perusahaan dalam otak khalayak. Logo menurut Onong Uchyana Effendy dalam bukunya “Kamus Komunikasi” adalah “Huruf tunggal atau gabungan huruf atau gambar yang dilukis secara khusus yang mengandung makna tertentu sebagai lambang perusahaan lembaga, badan atau organisasi lainnya” (Effendy, 2000:210).

Menurut pengertian di atas logo bisa dianggap sebagai gabungan huruf atau gambar yang mempunyai makna serta sebagai simbol yang dipakai untuk sebuah perusahaan. Simbol merupakan sebuah tanda dimana ia mempunyai makna, arti serta filosofi dalam bentuk visualisasi gambar yang dapat diterjemahkan serta dianalisis secara mendalam keberadaannya, dengan menggunakan analisis semiotika.

Menurut Littlejohn (2009:154) "Tanda (sign) adalah sebuah stimulus yang menandakan kehadiran dari suatu hal. Sebuah tanda berhubungan erat dengan makna dari kejadian sebenarnya. Hubungan erat ini disebut pemaknaan (signification). Sedangkan simbol adalah "sebuah instrumental pemikiran." Simbol adalah konseptualisasi manusia tentang suatu hal ; sebuah simbol ada untuk sesuatu".

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah manusia dan bersama - sama manusia. Analisis semiotik merupakan upaya untuk mempelajari linguistik-bahasa dan lebih luas dari hal tersebut adalah semua perilaku manusia yang membawa makna atau fungsi sebagai tanda. Bahasa merupakan bagian linguistik, dan linguistik merupakan bagian dari obyek yang dikaji dalam semiologi. Selain bahasa yang merupakan representasi terhadap obyek tertentu, pemikiran tertentu atau makna tertentu, obyek semiotika juga mempelajari pada masalah-masalah non linguistik.

"Semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal – hal (things). Memaknai (to signify) dalam hali ini tidak dapat dicampuradukan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek – objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek – objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda" (Barthes, 1988:179;Kurniawan, 2001:53 dalam Sobur, 2009:15).

Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indra kita, tanda mengacu pada sesuatu diluar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengamatan oleh penggunanya sehingga bisa disebut tanda. Pierce (dalam Fiske, 2004: 62) mengatakan, "tanda dalam acuannya dan penggunaannya sebagai titik dalam segitiga. Masing- masing terkait erat pada dua yang lainnya , dan dapat dipahami dalam artian pihak lain". Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tanda terdiri pada realitas hanya melalui konsep orang yang menggunakannya.

Pierce dan Saussure (dalam Suprpto, 2006: 120) menjelaskan berbagai cara dalam menyampaikan makna, "Pierce membuat tiga kategori tanda yang masing-masing menunjukkan hubungan berbeda diantara tanda dan objeknya atau apa yang diacunya yaitu Ikon, Indeks, dan Simbol".

1. Ikon adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto atau peta.
2. Indeks ada hubungan langsung antara tanda dan objeknya. Ia merupakan tanda yang hubungan eksistensialnya langsung dengan objeknya .
3. Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarakan konvensi, kesepakatan atau aturan kata-kata umumna adalah simbol.

"Pada umunya ada tiga jenis masalah yang hendak diulas dalam analisis semiotik. Pertama, masalah makna (*the problem of meaning*). Bagaimana orang memahami pesan? Informasi apa yang dikandung dalam struktur sebuah pesan? Kedua, masalah tindakan (*the problem of action*) atau pengetahuan tentang bagaimana memperoleh sesuatu melalui pembicaraan. Ketiga, masalah koherensi (*problem of coherence*), yang menggambarkan bagaimana membentuk suatu pola pembicaraan masuk akal (*logic*) dan dapat dimengerti (*sensible*)". (Littlejohn, 1996:83-84)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Logo adalah identitas sebuah perusahaan yang merupakan salah satu konsep komunikasi yang dapat dianalisis dari segi grafisnya, agar dapat diketahui bagaimana filosofinya, latar belakangnya, apa tujuannya, serta bagaimana logo tersebut dapat bekerja sebagai pesan yang bersifat nirverbal (nonverbal symbol).

Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan dalam bentuk alamiah. Ikon merupakan tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dalam logo terbaru Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) terdapat lingkaran kecil penuh atau bulatan kecil penuh yang dikelilingin tidak penuh oleh persegi panjang yang melingkari bulatan kecil. Hal tersebut dapat diartikan seperti sebuah pupil pada bola mata. Bulatan kecil dan persegi panjang yang melingkar tidak penuh dengan menggunakan warna biru, hal tersebut agar mendapat perhatian dari para masyarakat khususnya dalam dunia perbank-an. juga diimbangi oleh warna putih yang terlihat sederhana yang terlihat bersih seolah untuk menyeimbangi warna biru. Begitu pula dengan Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI), dengan adanya perubahan logo ini diharapkan masyarakat lebih mengenal tujuan serta citra positif dari perusahaan yang bergerak dalam jasa percetakan uang ini. Oleh karena itu hendaknya dalam sebuah logo mengandung beberapa unsur yang dapat dengan mudah diingat oleh masyarakat. misalnya Eye catching, dalam arti nyaman dipandang mata, mengandung paduan warna, bentuk, dan ukuran yang bernilai keindahan. Memorable, gampang diingat dan mengendap di memori otak orang yang memandangnya sebagai sesuatu yang baik. Setiap logo mengandung makna mendalam, relevan dengan visi, misi, dan filosofi perusahaan. Uniquely, logo yang memiliki keunikan tersendiri, atau mempunyai ciri khas yang membedakannya dengan logo perusahaan lain. Simple, dalam arti mudah ditempatkan di berbagai media. Logo yang nampak rumit, juga bisa menyulitkan orang mengingat dan dapat dapat mengurangi kesan baik.

Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal, atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu kepada kenyataan. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya. Tanda dalam logo perusahaan Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) ini yaitu bulatan kecil yang dilingkari tidak penuh oleh persegi panjang diibaratkan seperti pupil pada bola mata. Makna ini diartikan bahwa sebagai respon Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) untuk menghadapi tantangan era digital saat ini yang serba canggih dan ingin berusaha untuk dapat bersaing di tingkat dunia dan dalam dunia digital pada jaman modern ini dengan meningkatkan keamanan produknya. Tanda bulatan kecil yang dilingkari tidak penuh oleh persegi panjang pada logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI). Memiliki makna pada jaman digital yang canggih ini Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) ingin menampilkan tingkat keamanan yang sangat tinggi diwakili dengan garis-garis persegi panjang yang tidak sama memaknai bahwa produk yang dihasilkan dengan tingkat keamanan yang modern. Sehingga perusahaan terkesan memiliki produk yang sangat aman dan siap bersaing pada jaman digital saat ini. Persegi panjang tidak sama yang melingkari tidak penuh bulatan kecil pada logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) diartikan sebagai sistem digital modern yang memiliki tingkat keamaan yang canggih. Perusahaan Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) ingin memperlihatkan bahwa perusahaan mereka memiliki sistem keamanan yang dapat bersaing di kancah internasional. Persegi panjang tersebut menyerupai selaput pelangi pada iris mata yang dimaknakan bahwa mata

merupakan simbol dari smart security serta digitalisasi sistem yang mengandung makna smart integration security system. Mata juga sekaligus melambangkan jendela kecerdasan manusia dan pusat retina dunia melambangkan bola dunia sejalan dengan visi Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) sebagai perusahaan kelas dunia. Warna biru yang telah menjadi perwakilan dalam perusahaan ini diartikan bahwa Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) dengan bersifat fleksibel, dinamis dan kejujuran juga berusaha untuk menjadi perusahaan yang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan kepada masyarakat. Kemudian warna putih yang menjadi warna dasar pada logo dapat diartikan bahwa perubahan yang diberikan oleh pegawai Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) terhadap perusahaannya berdasarkan kemurnian dan ketulusan dari hati sebagai bentuk loyalitasnya terhadap perusahaan.

Simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya. Dalam penelitian ini selain terdapat bulatan kecil atau lingkaran kecil, ada pula persegi panjang yang melingkari tidak penuh sehingga menyerupai pupil dan iris pada bola mata. Lambang ini diperjelas dengan huruf kapital yang bertuliskan “PERURI”. Hal ini untuk memperjelas bahwa logo tersebut merupakan logo perusahaan percetakan uang di Indonesia. Permainan warna dalam logo terbaru dari Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) juga mempunyai makna yang ingin mewakili perusahaan ini. Seperti warna putih sebagai simbol kemurnian, kejujuran, dan ketulusan. Kemudian warna biru yang menyimbolkan suatu kejujuran, kejujuran dijadikan sebagai simbol dari perusahaan percetakan uang yang sangat dijaga keamanannya. Meski marak beredar uang palsu di negara ini tidak menjadikan perusahaan ini membuat citranya menjadi jelek, melainkan mencoba kembali bangkit dan menjadikan perusahaan lebih baik lagi dalam memberikan kenyamanan dan keamanan kepada masyarakat. Bulatan kecil yang dikelilingi tidak penuh oleh persegi panjang dan berwarna biru di dasari warna putih yang menyerupai bola mata pada logo memiliki filosofi bahwa potensi – potensi yang dimiliki oleh para insan perusahaan untuk dapat memiliki potensi dan kemampuan yang mewujudkan kewibawaan dan kejujuran dalam setiap melakukan pekerjaannya dan semakin lebih berhati hati dan lebih teliti lagi dalam setiap proses produksi mencetak uang sehingga menghasilkan produk dengan tingkat keamanan yang sangat canggih. Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) Indonesia ingin memberikan perubahan maupun pembaharuan terhadap hal-hal dalam bidang percetakan atau printing yang terkait dengan perusahaan. Sehingga dapat menjadikan perusahaan ini akan lebih kuat dalam menghadapi tantangan dimasa yang akan datang. Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) ingin memberikan pelayanan yang terbaik, yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan memenuhi harapan bahkan hingga melebihi harapan masyarakat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Makna ikon dalam logo Perum PERURI
 - a. Bulatan kecil : Dalam logo terbaru Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) terdapat lingkaran kecil penuh atau bulatan kecil penuh yang dikelilingin oleh gari-garis persegi panjang yang melingkari bulatan kecil. Hal tersebut dapat diartikan seperti bola mata.

- b. Garis-garis persegi panjang : Garis-garis persegi panjang tersebut melingkari bulatan kecil / lingkaran kecil penuh namun hanya setengah melingkari. Hal tersebut menyerupai iris pada mata memiliki makna bahwa pada era digital ini perusahaan berusaha memberikan progress pelayanan yang sangat baik dengan tingkat keaman yang sangat sulit.
 - c. Warna biru : Warna biru Merupakan salah satu warna dasar yang terlihat tenang, dingin dan menyejukan.
 - d. Warna putih : Putih adalah warna yang murni, tidak ada campuran apapun. Makanya sering dianggap sebagai warna yang menimbulkan efek suci dan bersih.
 - e. Tulisan “PERURI” : Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dipercaya oleh Pemerintah Republik Indonesia untuk mencetak uang kertas dan uang logam Rupiah serta produk dokumen sekuriti atau kertas berharga non uang lainnya.
2. Makna indeks dalam logo Perum PERURI
- a. Bulatan kecil : Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) ingin memberikan tampilan modern pada logo terbarunya dengan mengubah logo perusahaan agar lebih terlihat canggih. Dengan menggambarkan sebuah bentuk pupil mata yang mewakili ketajaman sebuah mata. Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) mengharapkan dengan perubahan logo ini sebagai respon untuk menghadapi tantangan era digital saat ini yang serba canggih. Dalam tanda bulatan kecil atau lingkaran kecil yang menyerupai bentuk pupil mata tersebut menyampaikan bahwa makna yang terkandung dalam tanda tersebut bahwa ketajaman mata merupakan pengamanan dan pengawasan terbaik yang dimiliki seseorang. Dalam makna tersebut Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) berusaha untuk memberikan keamanan yang baik pada produk yang akan diberikan kepada masyarakat.
 - b. Garis-garis persegi panjang : Dalam logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI), tanda garis-garis persegi panjang tersebut melingkari bulatan kecil/ lingkaran kecil penuh namun hanya setengah melingkari. Tanda tersebut memiliki makna bahwa pada jaman digital yang canggih ini Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) ingin menampilkan tingkat keamanan yang sangat tinggi diwakili dengan garis-garis persegi panjang yang tidak sama memaknai bahwa produk yang dihasilkan dengan tingkat keamanan yang modern. Sehingga perusahaan terkesan memiliki produk yang sangat aman dan siap bersaing pada jaman digital saat ini.
 - c. Warna biru : Warna biru yang melambangkan kesejukan, ketenangan, dan kejujuran telah menjadi perwakilan dalam perusahaan ini. Diartikan bahwa Dalam logo Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) dengan bersifat jujur berusaha untuk menjadi perusahaan yang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan kepada masyarakat dan dunia.
 - d. Warna putih : Warna putih yang murni dan tampak terlihat simpel ini melambangkan bahwa perusahaan percetakan ini ingin memberikan perubahan yang diberikan oleh para pegawai Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) terhadap perusahaannya berdasarkan kemurnian dan ketulusan dari hati sebagai bentuk loyalitasnya terhadap perusahaan.

- e. Tulisan “PERURI” : Tulisan “PERURI” dalam logo ini dicetak dengan menggunakan huruf kapital. Penulisan ini melambangkan sebuah ketegasan dan juga kejelasan yang ada dalam tubuh perusahaan Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI).
3. Makna simbol dalam logo Perum PERURI
 Dalam penelitian ini selain terdapat bulatan kecil atau lingkaran kecil, ada pula garis-garis persegi panjang. Lambang ini diperjelas dengan huruf kapita yang bertuliskan “**PERURI**”. Hal ini untuk memperjelas bahwa logo tersebut merupakan logo perusahaan percetakan uang di Indonesia. Ketika melihat tulisan “**PERURI**” masyarakat tentu saja akan langsung mengenali dan memahami tulisan tersebut. Perum PERURI perusahaan percetakan uang yang memproduksi atau mencetak mata uang negara Indonesia. Tidak hanya uang tetapi mencetak juga dokumen-dokumen yang bersifat sekuriti. Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) Indonesia ingin memberikan perubahan maupun pembaharuan terhadap hal-hal dalam bidang percetakan atau *printing* yang terkait dengan perusahaan. Sehingga dapat menjadikan perusahaan ini akan lebih kuat dalam menghadapi tantangan dimasa yang akan datang.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Saran untuk mahasiswa Universitas Islam Bandung, agar dapat meneruskan penelitian ini lebih lanjut tentang analisis logo sebuah perusahaan dengan menggunakan pendekatan semiotika lainnya.
2. Untuk dapat melanjutkan kepada penelitian selanjutnya, fasilitas yang menunjang pun sangat diperlukan terutama buku-buku yang ada di perpustakaan Universitas Islam Bandung, kurangnya buku tentang semiotika sangat mempengaruhi proses pencarian data peneliti di perpustakaan. Maka dari itu ada baiknya buku-buku di perpustakaan lebih diperbanyak agar mempermudah proses penelitian, terutama buku tentang semiotika.

Saran Praktis

Makna yang terkandung dalam logo perusahaan Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) ini ingin mencoba menampilkan wajah baru pada dunia. Salah satu ciri logo yang baik adalah mempunyai tampilan yang unik namun simpel. Namun dari logo yang ditampilkan oleh Perum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) sedikit rumit sehingga orang awam yang melihat logo tersebut belum tentu memahami makna apa yang terkandung pada logo tersebut. Hendaknya lebih menonjolkan ciri khas dari sebuah perusahaan namun masih terlihat simpel agar mudah diingat oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Fiske, J. 2004. *Cultural and Communication Studies*. Jalasutra Yogyakarta.
- Littlejohn, Stephen W. 2009. *Teori Komunikasi*. Selemba Humanika. Jakarta
- Mulyana, Dedddy, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung : 2003

Sobur, Alex, 2009. *Semiotika Komunikasi*, PT .Remaja Rosda Karya
Bandung.

Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Agromedia Pustaka.
Yogyakarta

Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Ghalia Indonesia.
Bogor