



ANALISIS SEMIOTIKA LOGO THE PANTURAS: MEMBANGUN IDENTITAS DAN DAYA TARIK BAND SURF ROCK MELALUI DESAIN VISUAL

SEMIOTIC ANALYSIS OF THE PANTURAS LOGO: BUILDING THE IDENTITY AND APPEAL OF A SURF ROCK BAND THROUGH VISUAL DESIGN

Al D'pras Priyawan^{1*}, Muhammad Farhanudin², Sekar Aulia Zahara³, Rahmadina⁴, Alvira Nurfadilah⁵, Citra Audi Puspitasari⁶, Muhammad Irfan Zulkarnain⁷, Mochamad Alwi Safarudin⁸, Mochamad Reza Pratama⁹, Djoana Galuh Salsabila¹⁰, Ilva Indriyani¹¹

¹⁻¹¹Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Djuanda

Email : aldpras98@gmail.com^{1*}, mfrhnndn@gmail.com², sekarazhr30@gmail.com³, rahmadinaotkp3@gmail.com⁴, alvirafadilah4@gmail.com⁵, citraaudi012@gmail.com⁶, mirfan27@gmail.com⁷, alwisafarudin27@gmail.com⁸, rezapratama2983@gmail.com⁹, bilajaona@gmail.com¹⁰, Ilvaindriyn@gmail.com¹¹

Article history :

Received : 14-01-2025
Revised : 15-01-2025
Accepted: 17-01-2025
Published: 19-01-2025

Abstract

Communication is one of the most important things in human life as social creatures, by communicating humans can provide understanding between each other. At this time, one of the popular communication media used is a logo. A logo is a graphic element in the form of an ideogram, symbol, emblem, icon, or sign used as a brand symbol. The purpose of this research is to analyze the semiotic study of The Panturas logo to understand the implied meaning behind its design elements and explore how the logo serves as a strategic communication tool in strengthening the band's identity and appeal to the audience. This research uses a qualitative approach using descriptive data. The type of research used is interpretative qualitative. The results show that The Panturas logo serves as a visual identity and strategic communication medium that reinforces the band's image and values. Elements such as curved typography, gold color, and wave shape convey the denotative meaning of a strong band identity as well as the connotative meaning of freedom, exploration, and the spirit of surf rock music. Besides strengthening brand awareness through its consistent use, the logo also builds an emotional connection with the audience, making it an effective marketing tool in maintaining the band's existence in the music industry.

Keywords: *Communication, Logo, Semiotic study, The panturas, Surf rock music*

Abstrak

Komunikasi merupakan salah satu hal terpenting dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial, dengan berkomunikasi manusia dapat memberikan pemahaman antar satu sama lain. Pada saat ini media komunikasi yang populer digunakan salah satunya adalah logo. Logo merupakan suatu elemen grafis berupa ideogram, simbol, lambang, ikon, atau tanda yang digunakan sebagai lambang suatu merek. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa kajian semiotika pada logo The Panturas bertujuan untuk memahami makna tersirat di balik elemen-elemen desainnya dan mengeksplorasi bagaimana logo tersebut berfungsi sebagai alat komunikasi yang strategis dalam memperkuat identitas dan daya tarik band kepada audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan data deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif interpretatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo The Panturas berfungsi sebagai identitas visual dan media komunikasi strategis yang memperkuat citra dan nilai band. Elemen seperti tipografi melengkung, warna emas, dan bentuk ombak menyampaikan makna denotatif berupa identitas band



yang kuat serta makna konotatif tentang kebebasan, eksplorasi, dan semangat musik surf rock. Selain memperkuat brand awareness melalui konsistensi penggunaannya, logo ini juga membangun hubungan emosional dengan audiens, menjadikannya alat pemasaran yang efektif dalam menjaga eksistensi band di industri musik.

Kata Kunci : Komunikasi, Logo, Kajian semiotika, The panturas, Music surf rock

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan salah satu hal terpenting dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial, dengan berkomunikasi manusia dapat memberikan pemahaman antar satu sama lain. Dalam berkomunikasi manusia menggunakan media yang sejak dulu sudah ada hingga saat ini, perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah berkembang seiring berkembangnya zaman dan memiliki kecanggihan sendiri. Media komunikasi yang digunakan saat ini terdapat berbagai jenis. Salah satu media komunikasi yang paling umum digunakan saat ini adalah logo. Kata logos berasal dari kata Yunani "logos," yang berarti kata, pikiran, bahasa, atau akal budi.

Awalnya, istilah "logotype" lebih umum daripada "logo". Istilah logotype pertama kali muncul antara tahun 1810 dan 1840 dan didefinisikan sebagai nama tertulis suatu entitas yang dirancang khusus menggunakan teknik tipografi atau jenis huruf tertentu. (Sultannata & Maryam 2018) Logo adalah elemen grafis berupa ideogram, simbol, lambang, piktoqram, atau tanda yang digunakan sebagai lambang suatu merek. Setiap bisnis atau organisasi memiliki logo yang menggunakan warna dan bentuk huruf tertentu secara konsisten. Lebih jauh lagi, logo diekspresikan secara visual sebagai gambar yang terdiri dari elemen-elemen dengan berbagai bentuk dan warna. Ini memberi pengguna suatu identitas, yang dikenal sebagai identitas perusahaan atau identitas fisik. Identitas visual ini dapat berbentuk huruf, simbol, angka, dan lain-lain. Menurut Artini dari Saltica, sebagai identitas perusahaan, logo pada hakikatnya berfungsi sebagai simbol jaminan kualitas yang disertai rasa tanggung jawab atas layanan dan produk yang ditawarkan. Dengan kata lain, identitas perusahaan dan logo tidak dapat dipisahkan..(Handayani & Nuzuli 2021)

Dalam kajian semiotika, logo dapat dianalisis sebagai hal yang mempunyai makna tersirat. Pendekatan semiotika dapat dipahami melalui elemen-elemen visual, warna, dan tipografi itu sendiri dalam pesan yang ingin disampaikan. Logo tidak hanya dapat digunakan dalam sebuah brand produk saja, tetapi dapat digunakan untuk sebuah komunitas, organisasi, serta grup musik untuk media komunikasi kepada khalayak. Salah satu band di Indonesia yang mempunyai logo unik yaitu *The Panturas*, yang merupakan salah satu band indie dengan genre musik *surf rock* yang bernuansa retro.

The Panturas merupakan band indie asal Bandung bergenre surf rock yang beranggotakan Abyan, Kuya, Gogon, dan Rijal. Nama Pantura berasal dari kawasan pantai utara dan diduga mewakili gaya musik mereka, surf rock. Nama The Pantura akhirnya diubah menjadi *The Panturas* karena terinspirasi dari idola mereka *The Ventures*.

Dari sudut pandang komunikasi desain grafis, logo dari band *The Panturas* ini menjadi media komunikasi emosional kepada audiens. Dengan elemen-elemen visual yang terdapat pada logo band *The Panturas* menjadikan strategi komunikasi visual yang efektif, sehingga logo tidak hanya menjadikan sebuah identitas band tersebut, tetapi juga dapat menjadikan media pemasaran band *The Panturas* kepada audiens. Berdasarkan uraian latar belakang di atas tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tentang semiotika logo *The Panturas*



Logo band The Panturas merupakan representasi visual yang mencerminkan identitas unik dan semangat yang mereka usung sebagai band dengan genre surf rock. Logo ini didesain dengan memadukan elemen-elemen khas yang identik dengan nuansa retro dan tema laut, seperti penggunaan bentuk, warna, dan tipografi yang mencerminkan energi, kebebasan, serta kesan dinamis. Hal ini sejalan dengan nama band yang terinspirasi dari kawasan pantai utara (Pantura), yang identik dengan ombak, pantai, dan gaya musik mereka yang energik.

Secara visual, logo The Panturas memiliki karakteristik desain yang tidak hanya memperkuat identitas band tetapi juga memberikan kesan emosional kepada audiens. Desain logo ini memanfaatkan pendekatan semiotika untuk menyampaikan pesan tertentu, seperti semangat petualangan, kebebasan, dan eksplorasi, yang relevan dengan genre surf rock yang mereka bawakan. Dalam konteks pemasaran, logo ini juga menjadi salah satu elemen strategis untuk memperkuat citra band di kalangan penggemar, baik secara lokal maupun internasional.

Melalui penggunaan logo yang konsisten dan terintegrasi, The Panturas berhasil membangun citra yang mudah dikenali sekaligus menjadi media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai mereka sebagai band. Dengan demikian, analisis semiotika pada logo The Panturas tidak hanya bertujuan untuk memahami makna tersirat di balik elemen-elemen desainnya tetapi juga untuk mengeksplorasi bagaimana logo tersebut berfungsi sebagai alat komunikasi yang strategis dalam memperkuat identitas dan daya tarik band kepada audiens.

KAJIAN TEORI

Semiotika

Semiotik atau yang biasa dikenal dengan *semiology* merupakan ilmu yang unik, kajian ilmu ini berdiri pada pandangan konstruktivis dengan memanfaatkan makna untuk menilai suatu tanda dan penanda dalam berbagai perspektif (Allen, 2003). Rorong (2016), menyatakan bahwa mempelajari semiologi tentu saja harus melihat dari mana kajian ilmu hadir dan berkembang sampai saat ini, semiotika pada masa klasik atau pada masa tradisional dibagi menjadi tiga komponen, semantik (studi makna), sintaksis (studi tata bahasa) dan pragmatik (studi tentang tujuan aktual dan efek dari ucapan yang bermakna). Semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda, mempelajari fenomena sosial budaya, termasuk sastra sebagai sistem tanda (Preminger, 1974: 981-1982). Penandaan adalah bentuk formal tanda itu, dalam bahasa berupa satuan bunyi, atau huruf sastra tulis, sedangkan petanda (*signified*) adalah artinya, yaitu apa yang ditandai oleh penandanya itu. Semiotika, Dalam bentuk perkembangannya ia juga disebut semiotika, dan mengacu pada studi tanda dan perilaku simbolik. Salah satu pendirinya, ahli bahasa Swiss Ferdinand de Saussure, mendefinisikannya sebagai studi tentang "kehidupan tanda dalam masyarakat." Istilah ini pertama kali digunakan dalam pengertian ini oleh filsuf Inggris abad ke-17 John Locke, namun semiotika sebagai metode interdisipliner untuk mempelajari fenomena interdisipliner dikembangkan oleh Saussure dan filsuf Amerika Charles Locke. Istilah ini pertama kali muncul pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20 di tulisan independen Sanders Peirce.

Berdasarkan hubungan petanda dengan penanda dan petandanya ada tiga jenis tanda, yaitu, ikon, indeks, dan simbol.

Ikon adalah tanda yang penanda dan petandanya menunjukkan ada hubungan yang bersifat alamiah, yaitu penanda sama dengan penandanya, misalnya gambar, potret, atau patung gambar.



Ikon adalah hubungan tanda dengan acuannya yang berhubungan dengan kemiripan. Ikon merupakan bagian dari ilmu semiotika yang menandai suatu hal keadaan untuk menerangkan atau memberitahukan objek kepada subjek (Prayogi, 2020). Gambar rumah (penanda) sama dengan rumah yang ditandai (petanda) atau gambar rumah menandai rumah yang sesungguhnya. Indeks adalah tanda yang penanda dan petandanya menunjukkan adanya hubungan alamiah yang bersifat kausalitas, misalnya, asap menandai adanya api, dan mendung menandai akan turunnya hujan. Indeks merupakan tanda yang menunjukkan hubungan kausalitas yang wajar antara tanda dan petanda atau yang merujuk langsung pada realitas (Wulandari, 2020). Simbol, di sisi lain, adalah hubungan antara tanda dan referennya, yang diasosiasikan secara konvensional (Oktaviani, 2022). Simbol adalah tanda yang tidak memiliki hubungan alamiah antara penanda dan petanda. Hubungan bersifat opsional (sebagaimana diinginkan) dan berdasarkan konvensi. Misalnya, kata "ibu" berarti "seseorang yang melahirkan kita" dalam bahasa Inggris dan "la mere" dalam bahasa Prancis. Sebagian besar tanda linguistik adalah simbol. Hubungan antara penanda dan petanda bersifat konvensional, artinya ditentukan oleh konvensi.

Salah satu dari tiga tanda tersebut disebut gejala. Ini adalah penanda yang tidak ditandai dengan jelas (ditandai dengan penunjuk arah). Misalnya, demam pada orang sakit bukan merupakan indikasi penyakit dan harus disertai dengan suhu tubuh. Menurut Roland Barthes (1915-1980), semiotika dibagi menjadi dua tingkatan simbol: denotasi dan konotasi. Kata konotasi berasal dari bahasa Latin *connotare* (berarti) dan merujuk pada tanda-tanda budaya yang terpisah dari kata-kata (dan bentuk komunikasi lainnya). Kata-kata mengandung simbol, hubungan historis dan emosional. Dalam bukunya *Mythes* (1972), ahli semiotika terkemuka Prancis Roland Barthes menjelaskan konotasi budaya dari berbagai aspek kehidupan sehari-hari Prancis, seperti steak dan keripik, deterjen, mobil Citroën, dan gulat. Kami melakukannya. Tujuannya, katanya, adalah untuk memberi tahu dunia "apa yang terjadi tak terucapkan" dan untuk mengungkapkan makna dunia itu dan, secara lebih umum, dasar-dasar ideologisnya. Barthes juga mengakui aspek lain dari penandaan: 'mitos' yang menjadi ciri masyarakat. Menurut Barthes, "mitos" menempati tingkat makna kedua. Artinya, setelah sistem tanda-penanda-petanda terbentuk, tanda tersebut menjadi penanda baru, yang kemudian menerima tanda kedua dan membentuk tanda baru. Dengan demikian, ketika sebuah simbol dengan makna konotatif berkembang menjadi makna konotatif, maka makna konotatif tersebut menjadi mitos.

Desain Komunikasi Grafis

Menurut Danton Sihombing, elemen-elemen grafis seperti marka, simbol, tipografi, serta fotografi atau ilustrasi berperan sebagai perangkat visual sekaligus alat komunikasi. Elemen-elemen ini digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif melalui media visual. Secara umum, desain grafis dapat diartikan sebagai seni yang mengutamakan komunikasi melalui kombinasi tulisan, ruang, dan gambar. Sebagai salah satu cabang dari komunikasi visual, desain grafis memiliki ruang lingkup yang luas, mencakup seni visual, tipografi, tata letak, hingga desain interaksi.

Desain grafis tidak hanya berfungsi untuk menciptakan estetika visual, tetapi juga bertujuan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan menarik perhatian audiens. Proses ini melibatkan pemilihan elemen grafis yang tepat, pemahaman terhadap psikologi audiens, dan kemampuan untuk menciptakan harmoni antara bentuk dan fungsi. Ilmu ini juga berkembang seiring kemajuan



teknologi, sehingga mencakup desain interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengguna dan media.

Sebagai bagian integral dari komunikasi visual, desain grafis berperan penting dalam berbagai bidang, seperti branding, pemasaran, pendidikan, dan media digital. Dengan menggabungkan elemen estetis dan strategi komunikasi, desain grafis menjadi alat yang efektif untuk membangun identitas visual, meningkatkan pemahaman pesan, dan memengaruhi perilaku audiens. Penguasaan desain grafis tidak hanya membutuhkan keterampilan teknis, tetapi juga kreativitas dan wawasan mendalam tentang tren serta kebutuhan komunikasi yang dinamis (Widya, 2019).

Desain komunikasi grafis menggabungkan seni visual dengan prinsip-prinsip komunikasi, seperti pemilihan warna yang sesuai, penggunaan tipografi yang tepat, dan pengaturan tata letak yang harmonis. Proses kreatifnya mencakup penelitian terhadap karakteristik audiens, identifikasi kebutuhan komunikasi, dan pengembangan konsep yang relevan dengan tujuan pesan. Dalam era digital, desain komunikasi grafis semakin berkembang, mencakup media interaktif, animasi, dan aplikasi digital yang memungkinkan interaksi dua arah antara audiens dan pesan.

Logo

Menurut Milton Glaser, logo merupakan gerbang utama yang merepresentasikan sebuah merek. Logo mencerminkan identitas serta karakteristik unik dari sebuah entitas (Oscario, A. 2013). Logo merupakan elemen penting sebagai tanda pengenal tetap dari sebuah perusahaan, institusi, atau produk. Logo dirancang secara singkat, sederhana, namun tetap komunikatif agar mampu menyampaikan pesan secara visual kepada khalayak. Dalam proses pembuatannya, logo biasanya memadukan elemen huruf dan gambar sehingga menghasilkan identitas yang mudah dibaca, diingat, dan dikenali oleh audiens. Sebuah logo terdiri dari satu atau dua kata yang digabungkan dengan simbol atau gambar tertentu untuk menciptakan kesan yang mendalam. Selain berfungsi sebagai tanda pengenal, logo juga menjadi representasi dari visi, misi, dan nilai-nilai utama yang diusung oleh lembaga, perusahaan, atau organisasi. Dengan demikian, logo tidak hanya berperan sebagai identitas visual, tetapi juga mencerminkan citra, karakter, serta filosofi dari entitas yang diwakilinya. Logo yang dirancang dengan baik memiliki kemampuan untuk menjadi media komunikasi yang efektif, menghubungkan organisasi dengan audiensnya, serta membangun kepercayaan dan loyalitas. Oleh karena itu, proses perancangan logo memerlukan perhatian khusus, termasuk pada pemilihan warna, bentuk, tipografi, dan elemen desain lainnya yang relevan dengan tujuan serta karakter organisasi tersebut. Penggunaan logo yang konsisten dalam berbagai media komunikasi juga memperkuat identitas organisasi, sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat luas dan meninggalkan kesan yang positif di benak mereka. (Ramdani, 2019)

METODE PENELITIAN

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, para peneliti menyelidiki bagaimana logo baru Pantorus berfungsi sebagai identitas merek dan sebagai pemasaran kepada publik. Dengan menggunakan data deskriptif, peneliti menyoroti masalah kedalaman (kualitas) data. Jenis penelitian yang digunakan bersifat interpretatif dan kualitatif. Para peneliti mengamati secara rinci berbagai elemen huruf, termasuk bentuk visual yang terdapat dalam logo terbaru The Pantolas. Melalui pendekatan ini, peneliti memberikan interpretasi untuk membantu memahami dan



menafsirkan tanda-tanda tersebut. Fokus penelitian ini adalah pada huruf logo Pantouras dan bagaimana peneliti menginterpretasikan makna dari logo tersebut.

Langkah-langkah analisis semiotik yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Identifikasikan huruf-huruf yang ada pada logo Panturas. Sekitar tahun
2. Menggali makna keseluruhan logo sebagai sarana promosi atau bentuk identitas produk fashion lokal The Panturas, berdasarkan interpretasi terhadap tanda, objek, dan makna yang telah ditemukan sebelumnya

Menganalisis dan menafsirkan setiap karakter yang diidentifikasi dari logo. Sekitar tahun

Berdasarkan penafsiran tanda, objek dan makna yang ditemukan sejauh ini, kami mengeksplorasi makna keseluruhan logo sebagai alat promosi atau bentuk identitas bagi produk fesyen lokal The Panturas.

Unit data utama dalam penelitian ini adalah signifikansi bentuk logo Pantorus sebagai objek pengamatan. Unit ini dibagi lagi berdasarkan jenis huruf dan elemen simbol pada logo. Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan keabsahan data. Para peneliti menggunakan teknik triangulasi. h.Penggunaan dua atau lebih metode penelitian yang saling melengkapi, seperti observasi dan telaah pustaka, menghasilkan hasil yang valid dan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo adalah salah satu elemen penting dalam membangun identitas visual sebuah entitas. Bagi band indie asal Bandung, The Panturas, logo mereka tidak hanya menjadi lambang, tetapi juga alat komunikasi strategis yang mencerminkan semangat dan nilai-nilai yang diusung oleh band dengan genre surf rock ini. Melalui analisis semiotika, logo The Panturas dapat dipahami secara lebih mendalam sebagai representasi identitas sekaligus media pemasaran yang efektif.

1. Logo The Panturas memiliki elemen-elemen visual yang khas. Tipografi yang melengkung menciptakan kesan dinamis, mengingatkan pada gelombang laut yang identik dengan genre surf rock. Warna emas yang dominan menghadirkan kesan retro sekaligus elegan, sejalan dengan tema musik mereka yang menggabungkan energi pantai dan nostalgia. Selain itu, bentuk visual menyerupai ombak menegaskan hubungan band dengan laut, menggambarkan kebebasan dan semangat petualangan. Dibawah ini merupakan penjelasan dari analisis semiotika Roland Barthes yang peneliti gunakan untuk menganalisis logo The Panturas. Mengidentifikasi Berbagai Tanda Dalam Logo The Panturas



Sumber : Google.com

- a. **Tipografi melengkung:** Menciptakan kesan dinamis, menyerupai ombak yang berkaitan dengan tema laut.



- b. **Warna emas:** Memberikan kesan retro dan elegan, yang sesuai dengan nuansa musik surf rock mereka.
- c. **Bentuk menyerupai ombak:** Menegaskan hubungan erat band dengan pantai dan laut, yang menjadi inspirasi utama mereka. Makna Denotasi dan Konotasi dalam Logo

2. Menafsirkan makna Denotasi dan Makna Konotasi di Logo The Panturas



Sumber : google

- a. Makna Denotasi, Secara denotatif, logo ini menampilkan nama band dengan tipografi yang dirancang khusus untuk menonjolkan nuansa retro dan tema pantai. Elemen ombak dan warna emas menguatkan identitas visual sebagai band yang terinspirasi oleh laut.
 - b. Makna Konotasi, Secara konotatif, logo The Panturas melampaui fungsi identitas visual semata. Elemen-elemen desainnya menyampaikan pesan emosional yang mencerminkan semangat kebebasan, eksplorasi, dan energi yang menjadi ciri khas musik surf rock. Penggunaan warna emas juga memberikan sentuhan nostalgia, menguatkan daya tarik logo bagi audiens yang menyukai nuansa retro.
- ## 3. Makna Keseluruhan Logo The Panturas

Logo The Panturas tidak hanya menjadi representasi visual band, tetapi juga media komunikasi yang kuat untuk memperkuat identitas dan daya tarik mereka di mata audiens. Sebagai sarana promosi, logo ini berfungsi untuk menciptakan asosiasi visual yang kuat antara band dan penggemar. Elemen-elemen visualnya menyampaikan pesan yang jelas dan konsisten, sehingga memudahkan audiens untuk mengidentifikasi dan mengingat citra band. Dalam konteks identitas, logo ini menjadi simbol yang merepresentasikan semangat, energi, dan eksplorasi yang menjadi ciri khas The Panturas.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis semiotika terhadap logo The Panturas, dapat disimpulkan bahwa logo tersebut tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, melainkan juga sebagai media komunikasi strategis yang memperkuat citra dan nilai band. Penggunaan elemen visual seperti tipografi melengkung, warna emas, dan bentuk ombak memberikan makna yang mendalam baik secara denotatif maupun konotatif. Secara denotatif, logo menampilkan identitas band yang kuat, sedangkan secara konotatif, logo menyampaikan pesan tentang kebebasan, eksplorasi, dan semangat yang menjadi ciri khas musik surf rock.

Selain sebagai representasi visual, logo ini juga memainkan peran penting dalam strategi pemasaran The Panturas. Penggunaan logo yang konsisten di berbagai platform memperkuat brand



awareness dan menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan audiens. Dengan demikian, logo The Panturas tidak hanya menjadi simbol identitas, tetapi juga media komunikasi yang efektif dalam membangun dan mempertahankan eksistensi band di industri musik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama proses penulisan jurnal ini. Penghargaan juga disampaikan kepada para peneliti yang hasil penelitiannya menjadi rujukan penting dalam artikel ini, seperti Handayani & Nuzuli (2021), Ramdani (2019), Rorong (2024), Sultannata & Maryam (2018), dan Preminger (1974). Penelitian-penelitian tersebut memberikan wawasan mendalam mengenai analisis semiotika, desain grafis, serta makna visual yang sangat membantu dalam menganalisis logo The Panturas sebagai media komunikasi visual. Kontribusi mereka memungkinkan penulis untuk menyajikan analisis yang lebih komprehensif dan relevan dalam memahami makna dan fungsi logo sebagai identitas serta strategi pemasaran band.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, F., & Nuzuli, A. K. (2021). Analisis semiotika logo Dagadu. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah*, 4(2), 45–58.
- Oktaviani, U. D. (2022). Analisis Makna Tanda Ikon, Indeks, dan Simbol Semiotika Charles Sanders Peirce pada Film 2014 Siapa di Atas Presiden. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 293-310.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Prayogi, R. &. (2020). Ikon, indeks, dan simbol dalam cerpen tiga cerita tentang lidah karya guntur alam. *Edukasi Lingua Sastra*, 20-27.
- Preminger, A. (Ed.). (1974). *Princeton encyclopedia of poetry and poetics*. Princeton University Press.
- Ramdani, G. (2019). *Desain grafis*. IPB Press.
- Rorong, M. J. (2024). *Semiotika*. Deepublish.
- Sultannata, C., & Maryam, S. (2018). Analisis semiotika logo Brodo Footwear di media sosial Twitter (Studi analisis semiotika Roland Barthes). *Ekspresi & Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 12–25.
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). Pengantar Desain Grafis.
- Wulandari, S. &. (2020). Kajian Semiotika Charles Sanders Pierce: Relasi Trikotomi (Ikon, Indeks dan Simbol) dalam Cerpen Anak Mercusuar Karya Mashdar Zainal. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 29-41