

ANALISIS SEMIOTIK NASIONALISME PADA LOGO MASKAPAI BATIK AIR

[SEMIOTIC ANALYSIS OF NATIONALISM ON BATIK AIR AIRLINES]

Nanik Rianandita Sari, Nur Makkie Perdana Kusuma*

Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

ABSTRACT

The signs that show nationalism in a product have been widely used, one of which is Batik Air Airline. The sign used by Batik Air airline in addition to signify nationalism as well as an identity marker. This research used literature review method. Data analysis technique using semiotics of Roland Barthes model such as denotation meaning, connotation meaning, and myth which is used to understand the meaning contained in the Batik Air Airline's sign. The results of the research that the use of the signs on the fuselage, on the fin tail, and flight attendant uniforms shows that: 1. The sign system used in Batik Air sign in the form of canting is composed of nationalist signs which are clearly visible from the use of visual elements, while the visual elements that can be seen in the fin tail and flight attendant uniforms strengthen and clarify the position of love for the country as a form of nationalism representation of the airline company. 2. The representation of Nationalism on the sign that used by Batik Air shows a shift from the notion of introducing the nationalism sign to developing a sense of belonging.

Key words: *semiotics; nationalism; sign; airline; Roland Barthes*

ABSTRAK

Lambang-lambang yang menunjukkan Nasionalisme pada sebuah produk, sudah banyak dipakai, salah satunya adalah maskapai Batik Air. Lambang yang digunakan oleh maskapai Batik Air selain menunjukkan nasionalisme juga sebagai penunjuk identitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna Nasionalisme dari lambang yang digunakan oleh maskapai Batik Air dengan menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kajian pustaka. Teknis analisis data dengan menggunakan semiotika model Roland Barthes seperti makna denotasi, makna konotasi, dan mitos yang digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam Lambang Maskapai Batik Air. Hasil Penggunaan lambang-lambang yang tertera di badan pesawat, di fin tail, dan seragam pramugari menunjukkan bahwa: 1. Sistem tanda yang digunakan dalam Lambang maskapai Batik Air berupa *canting* disusun atas tanda-tanda nasionalis yang jelas terlihat dari penggunaan elemen visual, sedangkan elemen visual yang dapat dilihat di *fin tail* dan Seragam pramugari menguatkan serta memperjelas posisi rasa cinta terhadap tanah air sebagai salah satu bentuk representasi nasionalisme dari perusahaan penerbangan tersebut. 2. Representasi makna Nasionalisme pada lambang yang dipakai oleh maskapai Batik Air ini memperlihatkan pergeseran dari pengertian mengenai megenalkan lambang nasionalisme berkembang menjadi menumbuhkan rasa.

Kata kunci: semiotika; nasionalisme; lambang; maskapai; Roland Barthes

* Korespondensi Penulis

Email: nanik.rianandita@sttkd.ac.id

PENDAHULUAN

Nasionalisme dipandang sebagai ideologi, tetapi di samping itu juga sebagai gerakan social dan bahasa simbolik serta menjelajah makna, keragaman dan sumber-sumbernya. Tak bisa dielakan lagi bahwa dalam bahasan ini tersangkut pula paparan konsep-konsep yang berakitan, seperti bangsa (*nation*), identitas nasional dan Negara kebangsaan. Michael Billig mbingkai arti nasionalisme sehari-hari yang dangkal, yakni nasionalisme yang biasanya ada di masyarakat, yang meletak dalam semua sendi kehidupan dan politik kita, setiap saat, walau hampir tak terlihat seperti bendera yang tidak dikibarkan (Smith, 2003). Isu-isu mengenai nasionalisme kembali bermunculan dengan adanya aktivitas-aktivitas kenegaraan. Tujuan nasionalisme adalah untuk membangun, menumbuhkan dan meningkatkan rasa cinta kepada tanah air. Berbagai sikap yang dapat dilakukan sebagai bentuk nasionalisme yaitu dengan menciprakan, mencintai, mempertahankan, dan melestarikan budaya, kerukunan dan produk dari negeri sendiri.

Banyaknya produk Indonesia yang mengandung unsur nasionalisme, salah satu produk yang memakai lambang yang mengandung unsur nasionalisme adalah maskapai penerbangan. Hampir seluruh perusahaan penerbangan nasional menggunakan lambang ataupun logo dengan unsur-unsur kenegaraan Indonesia. Setiap pramugari di perusahaan penerbangan nasional menggunakan batik, berbagai macam batik dari seluruh Indonesia. Tetapi dari sekian banyak maskapai penerbangan di Indonesia yang paling banyak mencerminkan Indonesia salah satunya adalah maskapai Batik Air, Batik Air adalah maskapai penerbangan swasta Indonesia yang mana merupakan anak perusahaan dari PT. Lion Mentari Airlines yang berlayanan penuh, dengan munculnya *brand* Batik Air sebagai salah satu maskapai swasta di Indonesia tentu saja membentuk sebuah identitas suatu perusahaan penerbangan swasta milik Indonesia. Identitas yang mencerminkan kekhasan Indonesia dapat dilihat dari logo perusahaan.

Pentingnya *brand* dan logo pada suatu perusahaan, Dalam Wheeler disebutkan bahwa makna *brand* bisa berubah sesuai konteksnya. Kadang *brand* dapat dimaknai sebagai kata benda, kadang sebagai kata kerja. Kadang dapat diasosiasikan dengan nama entitas, pengalaman, dan harapan konsumen (Wheeler, 2009). Sementara itu, Rustan secara ringkas mendefinisikan *brand* sebagai rangkuman pengalaman, dan asosiasi terhadap sebuah entitas (Rustan, 2009). Agar masyarakat umum tahu bahwasannya produk tersebut adalah milik perusahaan tertentu maka, perusahaan tersebut akan mencantumkan logo pada produknya. Untuk mempermudah masyarakat mengingat sebuah *brand* maka perusahaan akan mendesain identitas visual yang memiliki karakter dan keunikan, sehingga membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lain. Pada logo perusahaan tersebut berbagai informasi seperti lambang, simbol, tanda yang digunakan oleh perusahaan sebagai *brand* perusahaan.

Sebagai salah satu perusahaan penerbangan swasta Indonesia, Batik Air memiliki rute Domestik dan Internasional, lambang yang ada pada setiap pesawat dan seragam Batik Air yang dikenakan oleh para staf penerbangan menggunakan lambang-lambang khas Indonesia. Lambang adalah tanda yang hubungan antara representamen dan objeknya didasari konvensi social, misalnya, sinyal kereta api, rambu lalu lintas, atau bahasa manusia. Hal tersebut penting karena lambang berada dalam konteks sosial dan budaya masyarakat (Hoed, 2014).

Penggunaan lambang-lambang kenegaraan pada produk di Indonesia adalah usaha untuk mengingatkan menumbuhkan dan meningkatkan rasa kecintaan terhadap tanah air bagaimana pun sejarah adalah bagian dari masa kini dan masa depan, dan sejarah tidak hanya cerita masa lalu, atau dongeng, tetapi menjadi akar identitas, tempat berpijak dalam menentukan arah masa depan. Menumbuhkan Nasionalisme yang merupakan sebuah rasa akan cinta terhadap tanah air menjadi suatu paham yang mana membentuk dan mempertahankan kedaulatan negara dengan konsep identitas bagi sekelompok yang memiliki tujuan yang

sama sehingga tercapainya kepentingan bersama. Menurut Ritter, *nation* berasal dari bahasa Latin *nation*, yang dikembangkan dari kata *nascor* (saya dilahirkan), maka pada awalnya *nation* (bangsa) dimaknai sebagai “sekelompok orang yang dilahirkan di suatu daerah yang sama” (*group of people born in the same place*) (Adisusilo, 2013)

Menurut Boyd Shafer dalam (Adisusilo, 2013) memaknai nasionalisme dalam berbagai pengertian. Hal ini terjadi karena kondisi objektif dan subjektif suatu bangsa yang berbeda-beda. Dengan demikian, Boyd Shafer membedakan nasionalisme dalam 5 (lima) pengertian yaitu:

- a. Nasionalisme adalah rasa cinta tanah air, ras, bahasa, atau budaya yang sama. Oleh karena itu nasionalisme disini memiliki makna yang sama dengan patriotisme.
- b. Nasionalisme merupakan suatu doktrin yang mana menyatakan bahwa bangsanya sendirilah yang paling dominan dan tinggi diantara bangsa-bangsa yang lain. Doktrin ini disertai dengan tindakan yang agresif.
- c. Nasionalisme adalah dogma yang mengajarkan kepada suatu individu bahwa mereka hanya hidup untuk bangsa dan bangsa juga hidup demi bangsa itu sendiri.
- d. Nasionalisme berarti suatu kebaktian mistis terhadap organisasi sosial yang kabur, atau bahkan sesuatu yang dikodrati sebagai bangsa atau *volk* yang kesatuannya lebih unggul daripada bagian-bagiannya.
- e. Nasionalisme merupakan suatu keinginan akan kemerdekaan politik, keselamatan dan *prestise*.

Memaknai nasionalisme bagi setiap warga negara menunjukkan kesetiaan yang mendalam terhadap bangsa dan negaranya. Dengan begitu, warga negara perlu untuk mematuhi hukum yang berlaku, melakukan aksi nyata yang membela negaranya, dan melestarikan budaya. Salah satu cara menunjukkan kecintaan terhadap tanah air adalah dengan menggunakan produk dalam negeri. Kemunculan produk dalam negeri banyak ditandai dengan penggunaan logo atau lambang khas Indonesia pada produknya.

Kehadiran lambang dan tanda pada sebuah produk, memaknai nasionalisme pada produk tersebut. Sudah banyak produk yang menggunakan Batik sebagai tanda Nasionalisme, menunjukkan bahwa batik adalah budaya Indonesia yang kemudian banyak digunakan sebagai tanda pada suatu produk. Adanya pertumbuhan Batik di Indonesia dan Dunia mengembangkan teknik membatik, dengan perkembangan jaman yang semakin modern diiringi dengan perkembangan industrialisasi yang baik memperkenalkan teknik otomatisasi menghasilkan batik jenis baru yang dikenal sebagai batik cap/cetak ada pula batik print. Sebelumnya, batik sempat diklaim sebagai warisan budaya dari Malaysia. Pertikaian itu sempat memperkeruh hubungan baik antara dua bangsa serumpun melayu ini. Namun dengan berbagai bukti, tidaklah dapat dipungkiri bahwa batik merupakan asli milik Indonesia. Dan akhirnya badan PBB untuk pendidikan, ilmu pengetahuan, dan budaya (UNESCO) mengukuhkan batik sebagai warisan budaya dunia asli Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009. Sejak itulah, tanggal 2 Oktober diperingati sebagai “Hari Batik Nasional” (Musman, 2011).

Batik yang merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang dikenal di seluruh Dunia karena Batik memiliki pola yang rumit, desain yang unik serta warnanya yang khas. Sebagai kain khas dari Indonesia, Batik sudah diakui sebagai warisan budaya oleh UNESCO tahun 2009, menjadikan Batik sebagai tanda dan budaya yang berakar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Penggunaan Batik sebagai sebuah logo biasanya dirancang dengan filosofi-filosofi dengan pemaknaan yang menggambarkan citra perusahaan.

Pemaknaan dalam mencari arti sebuah tanda di dalam suatu produk menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes. Menurutnya, peran pembaca (*the reader*) sangatlah penting dalam memaknai suatu tanda. Barthes memberikan konsep mengenai tanda dengan sistem pemaknaan tataran pertama yang disebut makna denotasi dan pemaknaan tataran kedua atau yang disebut konotasi. Pada tataran kedua tersebut, konotasi identik dengan apa yang disebut

Barthes sebagai mitos. Sehingga menganalisa lambang pada maskapai Batik Air menjadi wilayah yang sangat menarik untuk diteliti melalui pendekatan semiotika karena didalamnya kaya akan tanda, dan – tentu saja – membahas nasionalisme berarti kita membahas mitos, karena nasionalisme dipenuhi dengan mitos.

Roland Barthes adalah salah satu pakar semiotik yang memfokuskan permasalahan semiotik pada dua makna. Semiotik adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus kita beri makna (Hoed, 2014). Analisis semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes menginduk pada Ferdinand de Saussure yang mengembangkan dan sekaligus membatasi diri pada bahasa (natural language) sebagaimana dipelajari dalam ilmu linguistik. Pengertian dasar linguistik de Saussure sendiri bertolak dari sederetan dikotomi (pasangan definisi yang berposisi) antara *parole & langue* dan *signifiant & signifié* (Tinarbuko, 2008). Namun lebih dari itu, sebagai ilmu tanda, semiotika mempunyai kajian lebih luas. Bagi Barthes, jangkauan ini bisa dan bahkan harus meliputi budaya media yang merupakan fokus kesejarahan manusia modern. Kalau minatnya pada kritik ideologi merupakan ungkapan tanggung jawabnya sebagai seorang Petit-Bourgeois, minatnya pada analisis semiotika merupakan ungkapan tanggung jawabnya sebagai seorang intelektual untuk mengembangkan pendekatan yang terlibat. Dasar dari kajian semiotika adalah konsep tentang tanda: tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun – sejauh terkait dengan pikiran manusia – seluruhnya terdiri atas tanda-tanda, karena jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungan dengan realitas (Sobur, 2003).

Dalam kehidupan tanda, berdasarkan hubungan antara representamen dan objeknya, ada tiga jenis tanda, yakni ikon, indeks, dan lambang. (Hoed, 2014). Prinsip dasar dari tanda triadik tersebut bersifat representative. Rumusan yang mengimplikasikan, makna sebuah tanda

dapat berlaku secara pribadi, social atau bergantung pada konteks khusus tertentu. Tanda atau *sign* adalah bentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia padasesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda disebut dengan *representamen* yang berfungsi sebagai tanda. Sementara *Object*, adalah sesuatu yang diwakili oleh *sign* yang berkaitan dengan acuan. Sementara itu, *interpretant* atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda danmenurukannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda (Noth, 1995).

Barthes membatasi strukturalisme sebagai sebuah cara menganalisis artefak budaya yang berasal dari model linguistik. Dari linguistik ini, strukturalisme yang dikembangkannya mengambil dua prinsip utama, yaitu bahwa entitas penandaan tidak memiliki esensi, tapi dibatasi oleh jaringan relasi-relasi, baik internal maupun eksternal. Prinsip lain yang diambil adalah penandaan dilakukan dengan sistem norma-norma. Keterkaitan diantara objek yang membangun jaringan relasi pada sebuah sistem menjadi pokok kajian strukturalisme. Begitupun dalam memetakan norma-norma atau aturan-aturan yang bekerja didalamnya adalah tugas strukturalisme. Untuk mengidentifikasi sistem penandaan dan peran dari tanda-tanda yang dapat menimbulkan sebuah makna tertentu itulah akhirnya digunakan analisis semiotika darinya. Selain itu analisis semiotika Roland Barthes mampu menangkap pesan tersembunyi (makna konotatif) dari tanda-tanda yang tersebar dalam semua media, termasuk film. Sehingga penggunaan analisis semiotika dianggap tepat untuk mengkaji film karena dalam film dapat dipastikan selalu melibatkan gambar, musik, dan kata-kata yang menjadi kajian semiotika. Semiotika yang biasa didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda (the study of signs), pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna. Tanda adalah sesuatu yang bagi

sesorang berarti sesuatu yang lain. (Tinarbuko, 2008)

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kajian pustaka. Metode kajian pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara menelaah dari berbagai literatur, catatan dan laporan-laporan serta sumber-sumber kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang terkait (Nazir, 2005). Metode kajian pustaka memanfaatkan sumber dan bahan kepustakaan seperti buku artikel serta hasil penelitian ilmiah yang terkait dengan Semiotik Tanda Nasionalisme pada maskapai Batik Air. Setelah mendapat beberapa referensi terkait Semiotik dan Tanda, bahan dibaca bagian poin-poin penting yang berhubungan dengan tema, lalu mengutip informasi, menganalisis kemudian merangkum. Rangkuman selesai, kemudian tulisan digeneralisasikan dengan kajian teori yang relevan sehingga membentuk satu tulisan hasil penelitian yang utuh. (Bungin, 2008)

Sistem pemaknaan tataran pertama disebut sebagai makna denotatif yang merupakan aspek material dari sebuah objek/tanda, sedangkan sistem pemaknaan tataran kedua ialah makna konotatif yang merupakan aspek mental dari sebuah objek/tanda. Makna konotatif ini dibangun atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Namun Barthes tak sebatas memahami proses penandaan, dia juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu mitos. Peta Tanda yang dibuat oleh Barthes tersebut dapat kita lihat pada halaman berikutnya:

Tabel 1. Peta Tanda Roland Barthes

1. Ignifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)	
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)		
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified	
6. Connotative Sign (Tanda konotatif)		

Sumber: Cobley & Jansz. dalam *Semiotik Komunikasi*. (Sobur, 2003)

Teknis analisis data dengan menggunakan semiotika model Roland Barthes seperti makna denotasi, makna konotasi, dan mitos yang digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam Lambang Maskapai Batik Air. Barthes menyebutnya sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua, hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi. Dengan kata lain denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya, sedangkan mitos menurut Roland Barthes adalah keberadaan fisik tanda (denotasi) dan konsep mental (konotasi).menjelaskan beberapa aspek dari sebuah realitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam khasanah kebudayaan, batik merupakan salah satu bentuk seni kuno yang adiluhung. Batik berasal dari bahasa Jawa yaitu “amba” berarti tulis dan “nitik” yang berarti titik. Yang dimaksud adalah menulis dengan lilin. Membatik di atas kain menggunakan *canting* yang ujungnya kecil memberi kesan “orang sedang menulis titik-titik” (Kustiyah, 2017). Batik merupakan kreatifitas seni yang berawal dari lingkungan kraton, seiring sejalan dengan adanya hubungan antar negara sehingga adanya sentuhan dari budaya lain sehingga memberi warna dan corak dalam motif batik.

Kebudayaan itu sendiri bersifat simbolik dimana sifat ini akan terlihat ketika terjadi proses komunikasi antara manusia yang menggunakan lambang atau tanda untuk

mengidentifikasi diri, tindakan, sikap dan perilaku tertentu, dan itulah simbol identitas; karena kebudayaan menampilkan bahasa sebagai alat komunikasi telah menunjukkan betapa manusia mempunyai kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol yang sangat bervariasi, dan variasi itu tergantung pada lingkungan alam fisik dan non fisik, etnis dan suku bangsa, pengalaman hidup sosial, dan lain-lain. (Liliweri, 2015). Dalam konteks kebudayaan, tanda-tanda yang ada direalisasikan ke dalam bahasa, bangunan, pakaian, makanan, logo. Tanda, simbol, dan atau logo pada suatu benda atau produk merupakan salah satu media penyampai pesan yang efektif adalah dengan menggunakan bahasa simbol yang dalam hal ini adalah bahasa visual yang ada pada logo suatu perusahaan.

Maskapai Batik Air merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Lion Group yang bergerak dibidang transportasi Udara. Batik Air merupakan salah satu penerbangan kelas *premium flight* yang menyuguhkan penerbangan *full service* atau penerbangan yang meliputi layanan fasilitas hiburan yang tersedia di setiap kursi penumpang, penumpang juga mendapatkan fasilitas makan gratis selama penerbangan. Selain fasilitas, juga terdapat pelayanan dari *cabin crew* maskapai yang memberikan keramahmatan, keamanan, dan kenyamanan pada *pre, in, dan post flight*. Para pramugari dengan balutan kebaya dan batik yang dikenakan sebagai seragam perusahaan selalu memberikan pelayanan prima kepada setiap penumpang. Balutan seragam pramugari maskapai Batik Air menampilkan keanggunan dari pemakainya. Seragam yang terdiri dari kebaya dan batik ini merupakan pakaian khas perempuan Indonesia.

Batik Minahasa adalah batik yang menggunakan motif tradisional atau ragam hias dari tanah adat Minahasa, Sulawesi Utara, Indonesia Batik Indonesia diakui memiliki teknik, tanda dan filosofi kehidupan yang menjadi identitas rakyat Indonesia. Seni batik menjadi penting dalam kehidupan karena kain batik erat dalam lingkaran hidup masyarakat. Seni batik dari masa ke masa selalu berkembang dalam keragaman yang

artistik. Dalam perkembangannya telah terjadi proses akulturasi seni dalam hal susunan corak, ragam hias, dan warna yang terlukis dalam batik (Romadiastri, 2013).

Batik Minahasa menjadi salah satu *logogram* dari brand Maskapai Batik Air yang digunakan di salah satu bagian badan pesawat dan dikenakan sebagai bagian dari seragam *crew*. Penggunaan Logo pada suatu perusahaan menjadi sebuah identitas yang dibuat untuk membedakan antara satu maskapai dengan maskapai lain.

Logo adalah elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo adalah atribut utama brand yang terlihat secara fisik. Namun logo yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut nonfisik yang merupakan jiwa dari brand (visi misi, nilai, budaya). Logo dapat dibedakan menjadi beberapa tipe.

1. *Logogram*, adalah gambar yang mewakili sebuah makna. Atau secara lebih mudah dapat dikatakan *logogram* adalah logo yang dituangkan dalam bentuk gambar. *Logogram* yang baik dapat menjadi elemen visual yang kuat mudah diingat oleh masyarakat.
2. *Logotype*. Secara sederhana, *logotype* dapat didefinisikan sebagai logo yang merupakan hasil dari pengolahan *font*. Walau hanya memanfaatkan *font*, bukan berarti logo tidak memiliki keunikan. Pada umumnya penggunaan *font* jenis *script* menunjukkan formalitas, keindahan, bahkan terkadang keramahan. *Font* yang tebal menunjukkan kekuatan. *Font* yang *italic* menunjukkan pergerakan. Tiap *font* memiliki karakteristik yang dapat menyimbolkan karakter entitas yang diwakilinya.
3. Perpaduan antara *logogram* dan *logotype*. Pada umumnya, penerapan *logogram* dilengkapi dengan *logotype* sebagai yang diterangkan dan menerangkan. Namun ada beberapa logo yang memasukkan unsur *logogram* ke dalam *logotype* sehingga keduanya menjadi satu kesatuan. (Oscario, 2013).

Logo Perusahaan

Logo adalah elemen grafis yang berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. Logo adalah atribut utama brand yang terlihat secara fisik. Namun logo yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut nonfisik yang merupakan jiwa dari brand (visi misi, nilai, budaya) (Oscario, 2013). Phillingane menjelaskan dalam jurnal *Encyclopedia of Public Relations* bahwa sebuah logo harus mewakili organisasi yang mencerminkan citra dan strategi positioning yang diinginkan. Sebuah logo diciptakan untuk membantu menyampaikan gambaran yang terpadu dengan mengambil tantangan komunikasi yang kompleks dan kondensasi menjadi bentuk yang paling sederhana dan paling efektif. Sebuah logo yang efektif harus mudah dimengerti, mudah diingat, enak dipandang, positif dalam penggambaran, dan abadi. Logo harus bersifat serbaguna sehingga dapat diimplementasikan dalam berbagai ukuran dan skema warna. Misalnya, harus efektif jika dipadukan dalam warna hitam dan putih, satu warna, atau kombinasi dari warna, dan harus berkembang baik dengan baik dalam format besar dan kecil (Heath, 2016).



Gambar 1. Logo Perusahaan Maskapai Batik Air

Penggunaan logo *canting* pada tulisan Batik Air di badan pesawat Batik Air merupakan perpaduan *logogram* dan *logotype*. Huruf B juga sekaligus merupakan stilasi *Canting* yang mana *canting* adalah alat untuk menggambar motif batik pada kain. *Canting* berasal dari bahasa Jawa yang berarti alat untuk melukis batik tulis. *Canting* batik terdiri dari tiga bagian yaitu *cucuk*, *nyamplung*, dan pegangan. *Cucuk* atau *carat* fungsinya seperti mata pena sebagai ujung keluarnya cairan malam (lilin). *Nyamplung* fungsinya sebagai tempat untuk memasukan malam panas. *Cucuk* dan *nyamplung* terbuat dari tembaga, karena tembaga merupakan material yang baik sebagai penghantar panas.

Bagian *canting* yang ketiga adalah pegangan *canting* batik yang terbuat dari bambu atau kayu (Susanto, 1974).

Tabel 2. Analisis Logo Perusahaan

Ignifier (Penanda) <i>Batik air</i>	Signified (Petanda) Gambar Canting pada Lambang Maskapai Batik Air berwarna kuning keemasan	
Denotative Sign (Tanda Denotatif) Gambar Canting pada lambang maskapai Batik air berfungsi sebagai alat untuk menorehkan lilin pada media (kain).		
Conotative Signifier (Penanda Konotatif) Canting digunakan sebagai alat untuk menggambar motif pada kain yang nantinya akan menjadi Batik.	Connotative Signified Konotasi berkembang menjadi asumsi bahwa canting mengekspresikan perasaan, keinginan atau suasana pembatik	
Connotative Sign (Tanda konotatif) Canting merupakan alat untuk membatik.		

Sumber: Hasil Data Olahan, 2021

Makna Logo Perusahaan

Maskapai Batik Air sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi udara menggunakan gambar *canting* pada logo makapai Batik Air, logo gambar *canting* terdapat pada bagian badan pesawat terletak di huruf b pada logo Batik Air. *Canting* berwarna kuning keemasan yang mana dalam tatanan elemen logo maskapai Batik Air dengan gambar *canting* memiliki arti kesejahteraan, kebahagiaan, kemakmuran, cenderung ke eksklusifitas. Fungsi *canting* merupakan salah satu alat untuk menorehkan malam untuk menggambar motif di atas kain batik tulis yang merupakan batik asli dari Indonesia. Alat sederhana terbuat dari

tembaga dan bambu menghasilkan motif yang indah pada selembar kain. Memiliki makna yang dalam, *canting* adalah salah satu alat utama untuk membuat kain batik yang indah, kain khas dari Indonesia.

Dengan menggunakan logo dan gambar yang khas akan memudahkan masyarakat untuk mengingat, mengetahui, dan merasakan rasa nasionalisme terhadap tanah air, dengan hanya melihat logo dari salah satu perusahaan penerbangan. Dari logo tergambar bagaimana karakter, nilai-nilai hingga citra dari maskapai Batik Air.

Fin Tail Pesawat

Nama yang benar untuk bagian *tail* dari pesawat adalah *empennage*. *Empennage* terdiri dari seluruh ekor pesawat termasuk permukaan yang tetap/diam seperti *vertical stabilizer* dan *horizontal stabilizer*, sedangkan permukaan yang bergerak termasuk *rudder*, *elevator*, dan satu atau lebih *trim tab*. Fungsi dari *empennage* atau *tail* adalah bagian pesawat terbang yang memberikan kestabilan (Wijiatmoko & Kooshartoyo, 2018). Pada bagian *fin tail* pesawat sebuah maskapai biasa diberi logo perusahaan. Logo perusahaan yang diletakkan di badan dan *fin tail* berfungsi sebagai identitas pesawat tersebut adalah milik dari sebuah perusahaan penerbangan. Pada maskapai Batik Air, di *fin tail* pesawat ditutupi dengan motif Batik.

Motif batik Indonesia memiliki unsur bentuk dan objek yang beragam yang merupakan identitas dari batik. Motif batik adalah kerangka gambar yang mewujudkan batik secara keseluruhan. Motif batik disebut juga corak batik atau pola batik (Susanto, 1974). Indonesia memiliki beragam motif batik dari sabang sampai merauke, keberagaman motif batik dilandasi keberagaman budaya dari masing-masing daerah di Indonesia.

Motif batik yang digunakan maskapai Batik Air adalah batik Minahasa. Batik Minahasa yang menutupi *fin tail* pesawat Batik air sebagai sebuah *logogram* penanda pesawat milik dari sebuah maskapai penerbangan.

Tabel 3. Analisis Logo di Fin Pesawat

<p>Ignifier (Penanda)</p> 	<p>Signified (Petanda)</p> <p>Motif batik berwarna cerah di ekor pesawat Batik Air</p>
<p>Denotative Sign (Tanda Denotatif)</p> <p>Batik khas Minahasa Tarawesan Paredey yang berbentuk geometris menyerupai pengulangan garis yang merupakan tanda kehidupan manusia.</p>	
<p>Conotative Signifier (Penanda Konotatif)</p> <p>Motif batik pada <i>tail fin</i> maskapai Batik Air menggambarkan keindahan dan kekayaan budaya Minahasa.</p>	<p>Connotative Signified</p> <p>Konotasi ini berkembang menjadi asumsi bahwa Maskapai Batik Air menggunakan motif batik Minahasa yang populer agar dapat dikenal masyarakat Dunia.</p>
<p>Connotative Sign (Tanda konotatif)</p> <p>Batik Minahasa sebagai penggambaran dari kearifan lokal masyarakat Minahasa.</p>	

Sumber: Hasil Data Olahan, 2021

Makna Logogram pada Fin Tail

Pada *fin tail* pesawat maskapai Batik Air terdapat *logogram* berupa motif batik seperti selembar kain batik berukuran besar yang menutupi *fin tail* pesawat. Walau tanpa keterangan nama perusahaan, masyarakat umum tentu tahu bahwa logo tersebut adalah batik yang merupakan salah satu produk budaya khas Indonesia. Motif batik yang terdapat di *fin tail* sebagai ciri khas yang membedakan pesawat Batik Air dengan maskapai penerbangan lainnya. Batik merupakan hasil karya bangsa Indonesia, perpaduan antara seni budaya dan teknologi para leluhur. Batik memiliki makna yang mendalam karena tidak ada bandingannya baik dalam motif maupun prosesnya. Batik merupakan salah satu tanda Nasionalisme

bangsa Indonesia. Sebagai salah satu brand maskapai Nasional, dengan menggunakan motif Batik Minahasa di *fin tail* pesawat, maskapai batik Air memanfaatkan desain logo dan nama brand Batik Air untuk membentuk citra dari brand perusahaan penerbangan dan memperkenalkan ragam Batik dari Indonesia, sehingga semua mata yang memandang akan tahu kalau pesawat tersebut merupakan maskapai milik Indonesia. Batik dari Minahasa memberikan corak khas dan warna yang “*eye catching*”, sehingga mudah dikenal oleh masyarakat umum. Penggunaan *logogram* Batik Minahasa di salah satu badan pesawat membentuk citra brand perusahaan yang nasionalis.

Seragam Pramugari

Profesi pramugari merupakan salah satu bagian dari awak kabin yang bertugas di dalam pesawat. Semua awak kabin yang bertugas, termasuk pramugari dilatih secara khusus untuk dapat mengoperasikan peralatan di dalam pesawat. Tugas pramugari yaitu bertanggung jawab untuk memperhatikan kebutuhan, keselamatan, dan kenyamanan penumpang selama berada di dalam pesawat atau penerbangan. Untuk memenuhi kebutuhan, keselamatan, dan kenyamanan penumpang, pramugari harus memiliki *skill* khusus. Pramugari diharapkan dapat bekerja secara individu maupun bekerja dengan *team*. Untuk menunjang pekerjaan pramugari, pramugari dibekali dengan beberapa fasilitas di dalam pesawat termasuk juga seragam yang mendukung kerja pramugari. Seragam sebagai identitas perusahaan juga sebagai sarana menciptakan budaya kerja setiap organisasi/perusahaan.


Seragam mengingatkan orang akan tanggung jawab suatu pekerjaan dan memberikan keyakinan untuk mendapat bantuan dari orang yang tepat. Di samping itu seragam dapat mengidentifikasi seseorang sebagai anggota suatu kelompok maupun organisasi. Seragam sepatutnya dipilih dan dibuat dengan tepat agar dapat menimbulkan rasa senang dan nyaman pemakai (Michael, 2002). Seragam sebagai identitas suatu perusahaan, konsep identitas maskapai Batik Air dengan menunjukkan

penggunaan seragam pramugari maskapai Batik Air memakai Batik Minahasa sebagai bawahan dan kebaya Putih dengan model *V-Neck dan Cheongsam*. Seragam tersebut merupakan salah satu seperangkat tanda yang menjadi identitas para pemakai dan perusahaan.

Seragam Pramugari Batik Air terdiri dari bagian atasan dan bagian bawahan. Bagian atasan merupakan kebaya berbahan katun, dengan panjang kebaya hingga pinggul Pramugari yang mengenakannya. Bagian lengan kebaya memiliki panjang hingga tiga perempat lengan Pramugari. Kebaya merupakan pakaian tradisional perempuan Indonesia dengan berbagai macam model, berdasarkan perkembangannya. Begitu juga dengan kebaya yang dikenakan oleh Pramugari Batik Air, mengenakan model *V-Neck* dan model *Cheongsam*. Model *V-Neck* sendiri perkembangan dari model kebaya kutu baru dan kebaya kartini. Untuk kebaya model *Cheongsam* merupakan perkembangan model kebaya yang mengadopsi dari baju *Cheongsam* khas bangsa Tionghoa yang merupakan pakaian tradisional perempuan Tionghoa.

Bagian bawahan seragam pramugari Batik Air mengenakan rok panjang sampai dengan mata kaki dengan model rok belahan di salah satu sisi, fungsi dari belahan di salah satu sisi rok agar pramugari mudah untuk bergerak, terutama ketika dalam keadaan darurat, pramugari masih bisa berlali. Dibalik keanggunan kebaya dan bakutan batik khas Indonesia, pramugari ini bisa tetap menjalankan tugas nya yaitu memberikan pelayanan dan menjaga keselamatan penumpang.

Tabel 4. Analisis Seragam Pramugari

<p>Ignifier (Penanda)</p> 	<p>Signified (Petanda)</p> <p>Kebaya putih model V-Neck dan Cheongsam. Bawahan berwarna terang dengan motif dari Minahasa.</p>
<p>Denotative Sign (Tanda Denotatif)</p> <p>Kebaya berwarna putih dengan model berbeda. Kedua seragam pramugari ini memiliki panjang lengan yang sama, bedanya untuk kebaya <i>V-Neck</i> kancingnya dari depan sedangkan model <i>Cheongsam</i> menggunakan resleting dari belakang. Untuk bawahan dari seragam pramugari ini memakai kain batik berwarna ungu dengan motif dari Manado, Sulawesi Utara, yang dikenal dengan nama Kaeng Manado.</p>	
<p>Conotative Signifier (Penanda Konotatif)</p> <p>Kebaya dengan model <i>V-Neck</i> dan <i>Cheongsam</i> merupakan model kebaya modern.</p>	<p>Connotative Signified</p> <p>Konotasi yang berkembang menjadi asumsi bahwa model kebaya yang banyak dikenakan oleh masyarakat sudah menjadi busana Nasional yang resmi.</p>

Connotative Sign (Tanda konotatif)
 Kebaya menjadi pertanda dari status pemakainya.

Sumber: Hasil Data Olahan, 2021

Makna Seragam Pramugari

Kebaya merupakan pakaian tradisional perempuan Indonesia yang sudah digunakan sejak masa leluhur. Munculnya keragaman kebaya berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Pada Maskapai Batik Air terdapat 2 jenis seragam yang dikenakan oleh pramugari Batik, yang pertama model kebaya batik *V-Neck* yang digunakan oleh Pramugari untuk kelas Bisnis dan model kebaya *Cheongsam* alias *dress* khas Cina digunakan oleh Pramugari untuk kelas Ekonomi. Motif batik juga ditemukan di seragam para petugas dan pramugari Batik Air. Makna mendalam dari kebaya dan batik terlihat sebagai pakaian sederhana, halus, lembut pencerminan karakter perempuan Indonesia. Lilitan kain batik yang membuat perempuan Indonesia sulit bergerak dan memaksa pemakai untuk bergerak secara halus dan lembut. Kebaya yang melekat pada bentuk tubuh pemakai bermakna bahwa perempuan harus bisa menyesuaikan diri dalam segala situasi dan keadaan. Para pramugari maskapai Batik Air mencerminkan perempuan Indonesia yang sederhana, halus, dan kuat.

SIMPULAN

Setelah melakukan analisis terhadap lambang dan tanda nasionalisme pada maskapai Batik Air dengan menggunakan metode analisis Semiotika Roland Barthes, peneliti dapat memberikan kesimpulan yang mengacu pada tujuan penelitian, yaitu mengenai penggunaan tanda serta kandungan makna, yang merepresentasikan nilai-nilai Nasionalisme yang dapat dipersepsi melalui pengorganisasian makna dibalik penggunaan tanda-tanda yang berupa visual. Kesimpulan-kesimpulan tersebut, adalah: 1. Sistem tanda yang digunakan dalam Lambang maskapai Batik Air perpaduan dari *logogram* dan *logotype* berupa gambar *canting* yang disusun atas tanda-tanda nasionalis yang jelas terlihat dari penggunaan elemen visual,

sedangkan elemen visual yang dapat dilihat di *fin tail* dan Seragam pramugari menguatkan serta memperjelas posisi rasa cinta terhadap tanah air sebagai salah satu bentuk representasi nasionalisme dari perusahaan penerbangan Batik Air. 2. Representasi makna Nasionalisme pada lambang yang dipakai oleh maskapai Batik Air ini memperlihatkan pergeseran dari pengertian mengenai megenalkan lambang nasionalisme berkembang menjadi menumbuhkan rasa. Makna nasionalisme pada lambang-lambang yang digunakan oleh maskapai Batik Air direpresentasikan melalui pengorganisasian elemen-elemen tanda yang kemudian diartikan sebagai sebuah cara dalam menumbuhkan rasa cinta terhadap tanah air dengan berkarya, membangun potensi nasional, serta memberdayakan dan memaksimalkan pemanfaatan produk-produk dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisusilo, S. (2013). *Sejarah Pemikiran Barat: dari yang klasik sampai yang modern* (xviii). Universitas Sanata Dharma.
- Bungin, B. (2008). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. RajaGrafindo Persada.
- Heath, K. M. (2016). *Cognitive Technology Journal* · January 2005. 9(January), 10–12.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Pierce, Marcel Danesi & Paul Perron, dll.* Komunitas Bambu.
- Kustiyah, E. dan I. (2017). Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi. *Gema*, 30(52), 2456–2472.
- Liliweri, A. (2015). *Pengantar Studi Kebudayaan* (Cetakan I). Nusa Media.
- Michael, A. (2002). *Best Impressions in Hospitality: Your Professional Image for Excellence*. Delmar Thomson Learning.
- Musman, A. (2011). *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara* (ii). Gramedia.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian* (Edisi Kedu). Fajar Interpratama Mandiri.
- Noth, W. (1995). *Hand Book of Semiotics* (first). The Association of American University Press.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Romadiastri, Y. (2013). Batik Fraktal:Perkembangan Aplikasi Geometri Fraktal. *Delta: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Vol. 1, No. 7*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31941/delta.v1i2.484>
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo* (Cetakan pe). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Smith, A. (2003). *Nasionalisme : teori, ideologi, sejarah*. Erlangga.
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Susanto, S. S. (1974). *Seni Kerajinan Batik Indonesia*. Balai Penelitian Batik dan Kerajinan.
- Tinarbuko, S. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual: Metode Analisis Tanda dan MAkna Pada Karya Desain Komunikasi Visual* (Cet. 2). Jalasutra.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity*. John Wikey&Sons, Inc.
- Wijiatmoko, G., & Kooshartoyo, M. (2018). Kajian Penentuan Incidence Angle Ekor Pesawat Pada Y-Shaped Tail Aircraft. *Seminar Nasional Inovasi Dan Aplikasi Teknologi Di Industri*, 312–317.