

MITOS PADA LOGO KABUPATEN BOGOR *SPORT AND TOURISM*

[*MYTHS ON THE LOGO OF BOGOR DISTRICT SPORT AND TOURISM*]

Qoute Nuraini Cahyaningrum¹, Sari Rejeki^{2*}

¹Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan

²Sastra Inggris, Universitas Pakuan

ABSTRACT

This research discusses the myths in the Bogor Sport and Tourism Regency Logo. This research uses qualitative research methods . The object of this research is the logo of Bogor Sport and Tourism Regency which was inaugurated in 2019. This logo displays the shape of mountains, kujang, taro, paragliding sports. This research uses documenter data collection techniques, visual material data collection techniques and online data techniques. The study used semiotics data analysis methods or techniques with an approach from Barthes that analyzed the meanings of denotation, connotations and myths. The technique of examining the validity of research results uses a cycle of data similarity, research persistence. And triangulation theory, the theory used is the theory of Symbolic Interactionism of Mead and Blumer. The results of the research obtained from this study related to the myth in the logo of Bogor Sport and Tourism Regency is that the Bogor Regency government wants to convey the message that currently the Bogor Regency government is having a strong goal and spirit to advance Bogor Regency towards The City of Sport and Tourism. Bogor Regency Government relies on the potential of its territory to be part of tourism and sports activities. Beautiful landscapes, sports facilities, community culture and unique processed food become important points that are "sold" in the progress of Bogor Regency in the Sport & Tourism sector.

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

ABSTRAK

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

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

*Korespondensi Penulis:

E-mail: tugasmahasiswapakaun@gmail.com
naira.tasya@gmail.com

PENDAHULUAN

Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah tempat tujuan wisata yang cukup terkenal bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Kawasan Puncak merupakan salah satu kawasan tempat tujuan wisata yang masih menarik perhatian wisatawan, terbukti dengan sering terjadi padatnya arus lalu lintas pada akhir pekan di kawasan ini dan banyak wisatawan yang berkunjung. Kabupaten Bogor telah berkembang sebagai kawasan yang terus mempersiapkan diri untuk kemajuan daerahnya. Telah banyak fasilitas yang disediakan oleh pemerintah Kabupaten Bogor untuk masyarakat dari Kabupaten Bogor itu sendiri maupun dari masyarakat luar Kabupaten Bogor, seperti fasilitas di kawasan Puncak Bogor, Stadion Pakansari, Lapangan Golf, serta fasilitas lainnya.

Kabupaten Bogor memperkenalkan diri sebagai kawasan tempat tujuan pariwisata dan olahraga, hal ini tercermin dalam logo dan slogan kabupaten Bogor yaitu *Sport and Tourism* yang diresmikan pada tahun 2019. Penelitian ini lebih membahas logo secara visual. Logo merupakan salah satu bentuk komunikasi, di dalam logo terdapat pesan dan makna yang ingin disampaikan oleh komunikator yaitu pemerintah Kabupaten Bogor. Logo menarik untuk dikaji, karena melalui logo kita bisa mengetahui visi, misi, pesan maupun makna yang ingin disampaikan oleh komunikator.

Penggambaran visual dalam logo bisa memberikan arti dan pesan tersendiri. Garis, titik, bentuk, warna dan elemen visual lainnya yang termuat dalam satu kesatuan objek gambar bisa menyampaikan pesan tersendiri. Bahasa visual hingga saat ini belum memiliki bentuk baku seperti bahasa lisan dan tulisan, bahasa visual belum memiliki sistem bahasa yang ajeg seperti bahasa lisan dan tulisan yang memiliki gramatikal atau tata bahasa masing-masing. Meskipun demikian, bahasa visual tetap bisa menyampaikan pesan melalui rasa, melalui persepsi dan asosiasi emosional lainnya yang masuk melalui indera penglihatan.

Bahasa visual terkadang bisa mengungkapkan apa yang tidak tersampaikan dalam bahasa lisan maupun tulisan. Begitu

pula di dalam logo, penelitian ini bertujuan untuk melihat makna denotasi, makna konotasi dan mitos. Penelitian ini menggunakan perspektif semiotika dari Roland Barthes. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mitos yang terkandung dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism. Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada pengembangan logo selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Bogdan dan Taylor *dalam* Bungin 2008). Penelitian kualitatif adalah penelitian di bidang ilmu umani dan kemanusiaan dengan aktivitas.

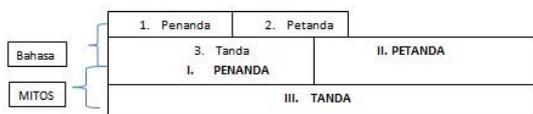
Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode dokumenter berupa dokumen resmi dari Pemerintah Kabupaten Bogor mengenai Branding Kabupaten Bogor Sport and Tourism. Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data bahan visual, dalam hal ini logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism merupakan bahan visual. Teknik pengumpulan data lainnya adalah teknik penelusuran data online. Penelusuran data online mengenai informasi yang terkait dengan logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism.

Teknik analisis data adalah menggunakan analisis semiotika. Semiotika sebagai suatu model memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unsur-unsur dasar yang disebut 'tanda'. Dengan demikian semiotic mempelajari keberadaan suatu tanda. Umberto Eco menyebut tanda sebagai 'kebohongan' dalam tanda ada sesuatu yang tersembunyi di baliknya dan bukan merupakan tanda itu sendiri. Menurut Saussure, persepsi dan pandangan kita tentang realitas, dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial. Hal ini dianggap sebagai

pendapat yang cukup mengejutkan dan dianggap revolusioner, karena hal itu berarti tanda membentuk persepsi manusia, lebih dari sekedar merefleksikan realitas yang ada. (Bungin, 2008). Pendekatan semiotika yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan dari Roland Barthes yang membahas makna denotatif, konotatif dan mitos.

Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Barthes menggunakan versi yang lebih sederhana saat membahas “glossematic sign” (tanda-tanda glossematic). Mengabaikan dimensi dari bentuk dan substansi, Barthes mendefinisikan sebuah tanda (*sign*) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari (E) sebuah ekspresi atau *signifier* dalam hubungannya (R) dengan *content* (atau *signified*) (C): ERC. Sebuah sistem tanda primer dapat menjadi sebuah elemen dari sebuah sistem tanda yang lebih lengkap dan memiliki makna yang berbeda ketimbang semula. Barthes menulis $E2 = (E1R1C1) R2C2$. Dengan begitu *primary sign* atau sistem tanda primer adalah denotatif sedangkan *secondary sign* adalah salah satu dari *connotative semiotics*. Konsep konotatif inilah yang menjadi kunci penting dari model Semiotika Barthes. Lewat model ini Barthes menjelaskan bahwa signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas external. Itu yang disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tand (*sign*). (Wahjuwibowo, 2018;21).



Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikansi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi memiliki makna intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarkannya. Konotasi berada dalam tingkat subjektif sehingga kehadirannya tidak disadari.

Pembaca mudah sekali membaca makna konotatif sebagai fakta denotatif, karena itu salah satu tujuan analisis semiotika adalah untuk menyediakan metode analisis dan kerangka berpikir dan mengatasi terjadinya salah baca atau salah dalam mengartikan makna suatu tanda. (Wahjuwibowo, 2018;22). Pada signifikansi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda berkerja melalui mitos. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos primitif, misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai femininitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan lainnya. Mitos adalah suatu wahana dimana ideology berwujud. Mitos dapat berangkat menjadi mitologi yang memainkan peranan penting dalam kesatuan-kesatuan budaya. (Wahjuwibowo, 2018;23).

Membaca dan Mengurai Mitos

Mitos adalah tipe wicara, segala sesuatu bisa menjadi mitos asalkan disajikan oleh sebuah wacana. Mitos tidak ditentukan oleh objek pesannya, namun oleh cara dia mengutarakan pesan itu sendiri. Sejarah manusia mengubah realitas menjadi wicara, dan sejarah inilah yang mengatur hidup matinya bahasa mitis. Mitos pasti memiliki landasan historis, baik mitos yang kuno maupun yang tidak, karena dia adalah tipe wicara yang dipilih oleh sejarah, mitos tidak mungkin lahir dari “hakikat” sesuatu. Wicara jenis ini adalah sebuah pesan. Oleh sebab itu ia tidak dibatasi hanya pada wicara lisan saja. Pesan bisa terdiri dari berbagai bentuk tulisan atau representasi, bukan hanya dalam bentuk wacana tertulis, namun juga bentuk fotografi, sinema, reportase, olahraga, pertunjukan, publikasi yang kesemuanya bisa berfungsi sebagai pendukung wacana mitis. (Barthes ,2006; 153)

Dalam mitos terdapat pola tiga dimensi yaitu penanda, petanda dan tanda. Namun, mitos adalah satu sistem khusus , karena dia terbentuk dari serangkaian rantai semiologis yang telah ada sebelumnya; mitos adalah sistem semiologis tingkat kedua. Tanda (yakni gabungan total antara konsep

dan citra) pada sistem pertama, menjadi penanda pada sistem kedua. Dalam konteks ini kita tidak boleh lupa bahwa materi-materi wicara mitis (bahasa, fotografi, lukisan, poster, ritual, objek-objek dan yang lainnya). Meskipun pada awalnya berbeda, direduksi menjadi fungsi penandaan murni begitu mereka ditangkap oleh mitos. Mitos melihat mereka (materi-materi wicaranya) hanya sebagai bahan mentah, sehingga kesatuannya adalah bahwa mereka semua berubah status hanya menjadi bahasa. Mitos hanya ingin melihat sekumpulan tanda di dalamnya, sebuah tanda global, istilah ketiga dari rangkaian semiologis tingkat pertama. Dan istilah terakhir inilah yang akan menjadi istilah pertama dari sistem yang lebih besar yang ia bentuk. Apa yang terjadi adalah seolah-olah mitos memindahkan sistem formal penandaan pertama ke pinggir. Karena pemindahan ini adalah hal terpenting dalam analisis mitos. (Barthes, 2006 ;161).

Barthes (2006;185) mengemukakan tiga model pembacaan berdasarkan titik tekan apakah pada makna, atau pada bentuk atau pada kedua-duanya sekaligus

1. Jika saya memfokuskan pembacaan pada penanda yang kosong, berarti saya membiarkan konsep mengisi bentuk mitos tanpa kerancuan, dan saya menemukan diri saya di hadapan sebuah sistem yang sederhana, dimana penandaan menjadi sifat literal lagi: Serdadu Negro yang sedang hormat merupakan contoh dari imperialitas Prancis, dia adalah simbol bagi imperialitas Prancis. Tipe pemfokusan ini adalah tipe pembacaan produsen mitos, tipe pemfokusan seorang jurnalis yang memulai kerjanya dari konsep dan berusaha mencari bentuk di dalamnya
2. Jika saya memfokuskan pembacaan pada penanda yang penuh, di mana saya jelas-jelas membedakan makna dari bentuk, dan akibatnya mampu melihat distorsi yang dilakukan satu pihak kepada pihak lain, berarti saya membatalkan proses penandaan dalam sistem mitis dan kemudian menerima sistem mitis ini sebagai tipuan. Penghormatan serdadu Negro menjadi alibi bagi imperialitas

Prancis. Ini adalah model pemfokusan seorang mitolog; dia menguraikan mitos, memahaminya sebagai distorsi.

3. Terakhir, jika saya memfokuskan pembacaan pada penanda mitis sebagai sesuatu yang secara utuh terdiri dari makna dan bentuk, itu berarti saya menerima penandaan yang ambigu, ketika saya menanggapi kedinamisannya, maka saya menjadi seorang pembaca mitos. Serdadu Negro yang sedang hormat itu bukan lagi jadi sebuah contoh atau simbol, dan tidak pula sebagai alibi; dia benar-benar merupakan kehadiran imperialitas Prancis.

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Hasil Penelitian

Teknik pemeriksaan keabsahan data melalui menemukan siklus kesamaan data, ketekunan penelitian. Penelitian ini juga menggunakan triangulasi teori Interaksi Simbolik sebagai teknik pemeriksaan keabsahan penelitian. Douglas (1970) dalam Ardianto (2007: 136), menjelaskan bahwa makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi. Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain: 1. Pikiran (Mind) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain, 2. Diri (Self) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (The-Self) dan dunia luarnya 3. Masyarakat (Society) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism merupakan sebuah logo yang mewakili sesuatu yang ingin disampaikan para *stakeholder* mengenai Kabupaten Bogor terhadap masyarakat. Logo ini terdiri dari beberapa tampilan visual yang merepresentasikan pesan tertentu. Apabila diamati di dalam logo ini terdapat empat bentuk utama yang menyerupai kujang, talas, gunung dan olahraga paralayang. Warna yang digunakan adalah warna merah, kuning, hijau, biru, dan ungu. Berikut pembahasan pada masing masing objek di dalam logo.

Kujang



Secara Denotatif, objek yang terlihat berbentuk gambar yang menyerupai kujang. Objek tersebut memiliki ujung lancip dan tajam serta banyak memiliki lekukan dan undakan ke atas. Objek yang secara jelas mirip kujang adalah objek yang berada di bagian tengah logo dan memiliki warna hijau. Objek lain yang memiliki bentuk hampir sama namun tidak secara jelas menyerupai bentuk kujang melainkan hanya siluet saja terdiri dari 2 buah objek yang berwarna merah, biru. Pada kujang terdapat bagian pegangan yang juga disebut dengan harupat. Harupat memiliki makna keterikatan Bogor dengan sajarah asal usul nama Bogor yang berarti Kawung. Harupat juga bermakna sesuatu yang kuat, kokoh, simbol kekokohan masyarakat Bogor dalam mempertahankan jati diri (bogorkab.go.id).

Secara konotatif gambar yang divisualisasikan mirip dengan senjata kujang merupakan gambaran objek yang didominasi oleh garis melengkung. Setiap pertemuan pada garis-garis melengkung tadi membentuk sudut yang lancip. Irawan dan Tamara (2013) menyampaikan bahwa garis yang membentuk olakan-olakan ke atas (*upwards swirls*) memberikan sugesti aspirasi kekuatan spiritual dan semangat yang menyala, hasrat yang keras dan berkobar-kobar. Terdapat gambar *upward swirls* dalam tampilan logo

ini sebanyak 7 buah. Visualisasi bentuk kujang dalam logo ini terdiri dari tiga warna yaitu merah, hijau dan biru. Warna bisa memberikan kondisi psikologis tertentu. Warna merah bermakna berani, kuat, bersemangat. Warna Hijau memberikan kesan sejuk, tenang, damai, santai, kesuburan. Warna biru memberikan kesan damai, tenang, focus.

Mitos, Simbol kujang yang digunakan di dalam logo Kab. Bogor bermakna keperwiraan yang berarti gambaran masyarakat Kabupaten Bogor yang memiliki sifat tak gentar dalam menegakan kebenaran (bogor.kab.go.id). Kujang seringkali dikatakan sebagai senjata khas daerah Jawa Barat, namun istilah senjata disini memiliki arti yang lain. Kurniawan, Aris (2014; 33) mengatakan bahwa kujang digunakan sebagai "ajimat" atau pusaka yang digunakan oleh petinggi dan bangsawan kerajaan *Pajajaran Makukuhan*. Kujang berfungsi sebagai simbol kepangkatan, kehormatan kepada para pemimpin yang berjasa besar kepada Negara, nilai sebuah ajaran dan sebagainya (masa pemerintahan Prabu Kuda Lalean). Akibat hubungan antara perkembangan sistem ketatanegaraan dengan ajaran *Sunda Wiwitan* (atikan Sunda atau adab Sunda) pemetaan kujang berkembang sebagai implementasi pemetaan Pulau Jawa (*Ku Jawa Hyang*) bahwa apa yang disebut hebatnya kesaktian orang jaman dahulu masih ditemukan pada budaya tutur (lisan). Menurut KBBI, senjata adalah alat yang dipakai untuk berkelahi atau berperang. Kujang merupakan senjata dalam asli, melainkan lebih kepada symbol kepangkatan, kehormatan, nilai, sebuah ajaran, budaya tutur lisan yang baik dan implementasi pemetaan wilayah Jawa Barat. Kujang merupakan senjata yang sakral di daerah pasundan, kujang di dalam budaya Sunda merupakan senjata yang memiliki nilai sakral dan mistis (sarana ritual). Pada zaman Pajajaran Makukuhan atau Pajajaran awal kujang mendekati kesempurnaan secara perupa

Talas Bogor



Denotatif, di dalam logo terdapat satu buah objek yang memiliki lengkungan mirip daun yang berwarna hijau serta berdekatan dengan objek berwarna ungu. Bentuk gambar abstrak ini menyerupai lengkungan berbentuk gambar organis daun hijau dan objek berwarna ungu.

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

Mitos, objek talas ada di dalam logo Kabupaten Bogor bisa dianggap bahwa pemerintah Kabupaten Bogor menyampaikan pesan bahwa Talas merupakan bahan makanan yang identic dengan Kabupaten Bogor. Hal ini karena talas dapat dengan mudah ditemui di Kabupaten Bogor. Talas banyak dijadikan oleh-oleh khas Bogor, baik itu talas dalam bentuk yang mentah maupun produk olahannya.

Gunung



Denotative, terdapat garis organis melengkung menyerupai bentuk gunung. Pada objek ini digambarkan ada dua gunung. Kedua gunung ini mengacu pada Gunung Salak dan Gunung Pangrango, mengacu pada keterangan logo di bogorkab.go.id, Gunung Salak dan Gunung Pangrango merupakan batas wilayah selatan Kabupaten Bogor dengan wilayah sekitarnya.

Konotatif, Gunung Salak dan Gunung Pangrango adalah gunung yang terdapat di Kabupaten Bogor. Di dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism, gambar gunung terdiri dari dua buah gunung dengan ukuran yang berbeda. Ketinggian yang berbeda ini bisa menggambarkan undakan, atau tangga, diaman tangga merupakan gambaran sebagai upaya untuk meraih cita-cita (Bogorkab.go.id). Warna garis yang digunakan gambar tepi siluet gunung adalah warna kuning, hijau dan ungu. Warna kuning menggambarkan kegembiraan dan energi, warna hijau menggambarkan kedamaian, harmonisasi, warna ungu menggambarkan kemewahan, kekayaan, kebijaksanaan, harga diri, misteri, magis (colorpsychology.org)

Mitos, penggambaran objek gunung dibuat sebagai sentral atau objek utama dan paling besar. Hal ini bisa menggambarkan bahwa Kabupaten Bogor memiliki wilayah pegunungan yang luas. Pegunungan juga menjadi sentral dari kehidupan masyarakat Kabupaten Bogor, terutama dalam segi pariwisata dan olahraga.

Paralayang



Makna Denotatif: Objek yang berbentuk orang yang sedang melakukan olahraga paralayang. Garis yang lengkung yang membentuk siluet paralayang dengan warna merah, hijau, biru, kuning, ungu. Paralayang merupakan salah satu cabang olahraga yang memiliki tempat di puncak (tempat wisata dan tempat pelatihan paralayang)

Konotatif: warna biru identic dengan *Reliability, sadness, calm, peace*

(colorpsychology.org), warna kuning menggambarkan Kegembiraan, energi, warna hijau menggambarkan *Harmony, tranquillity, peace* (colorpsychology.org), warna merah menggambarkan *Higher class society*, kekuatan, ambisi (colorpsychology.org), warna ungu menggambarkan Terasosiasi dengan kemewahan, kekayaan, kebijaksanaan, harga diri, misteri, magis (colorpsychology.org). Dalam objek paralarang di dalam logo ini pula terdapat gambar bulat berwarna kuning di belakang orang yang sedang bermain paralayang. Objek bulat ini bisa dianalogikan sebagai matahari karena objek paralayang ini berada di atas gunung dan berada paling atas di antara semua objek logo.

Mitos: Paralayang identik dengan olahraga khas Kabupaten Bogor, meskipun Paralayang tidak hanya berada di Indonesia saja dan bukan juga jenis olahraga yang berasal dari Indonesia. Paralayang saat ini memang sangat identik dengan daerah Puncak di Kabupaten Bogor, karena terdapat komunitas pencinta olahraga Paralayang yang berkegiatan di wilayah ini. Daerah Puncak Kabupaten Bogor juga pernah menjadi salah satu cabang olahraga pada Asean Games 2018. Selain paralayang, puncak juga menjadi tempat bersepeda bagi para pesepeda di Bogor dan sekitarnya.

Mitos pada Logo Kabupaten Bogor Bogor The City of Sports and Tourism

Mitos menurut Barthes (Barthes;2006; 153) pada dasarnya, segala sesuatu tidaklah diekspresikan pada waktu yang bersamaan, beberapa objek menjadi mangsa wicara mitis untuk sementara waktu, lalu sirna, yang lain menggeser tempatnya dan memperoleh status sebagai mitos. Orang bisa saja mengerti mitos-mitos yang sangat tua, namun tidak ada yang abadi, sebab sejarah manusialah yang mengubah realitas menjadi wicara, dan sejarah inilah mengatur hidup matinya bahasa mitis. Mitos pasti memiliki landasan historis, baik mitos yang kuno maupun yang tidak, karena dia adalah tipe wicara yang dipilih oleh sejarah: mitos tidak mungkin lahir dari 'hakikat' sesuatu. Wicara jenis ini adalah sebuah pesan, Karenanya tidak hanya dibatasi pada wicara lisan saja tetapi juga bentuk yang lain termasuk logo.

1. Pembacaan pada penanda yang kosong.

Penandaan bersifat literal, tipe pembacaan ini adalah tipe pembacaan dari produsen mitos. Menurut produsen Logo Kabupaten Bogor The City of Sport and Tourism, Kujang merupakan pusaka tradisional masyarakat sunda yang identic dengan keagungan sunda, kujang melambangkan keperwiraan yang berarti gambaran masyarakat Kabupaten Bogor yang memiliki sifat tak gentar dalam menegakan kebenaran.

Talas Bogor merupakan tanaman yang termasuk golongan umbi-umbian, Talas Bogor tumbuh sepanjang tahun sehingga selalu tersedia tanaman Talas Bogor ini banyak sekali tumbuh di daerah Kabupaten Bogor dan menjadi buah tangan khas Bogor.

Objek Gunung yang ada di dalam logo menurut pembuat logo menandakan bahwa Kabupaten Bogor dianugerahi Gunung Salak dan Gunung Pangrango. Gunung mewakili pariwisata daerah yang di dalamnya ada curug, sungai, bukit dan perkebunan yang dapat dinikmati dengan berbagai aktifitas wisata.

Objek ketiga menurut pembuat logo merupakan olahraga yang memadukan konsep olahraga dengan wisata. Pada gelaran Asian Games, Kabupaten Bogor dipercayai menyelenggarakan kegiatan Asian Games dengan cabang olahraga Paralayang tingkat asia.

Terdapat warna yang ada di dalam logo, yaitu hijau, kuning, merah, biru, ungu. Warna hijau merupakan representasi dari warna alam Kabupaten Bogor yang sarat dengan harmoni. Warna Kuning keemasan menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor adalah daerah yang makmur dan juga penuh prestasi. Warna merah memiliki arti semangat Kabupaten Bogor dalam membangun daerahnya sebagai *the city of sport and tourism*. Warna biru melambangkan luasnya wilayah Kabupaten Bogor serta memiliki arti kesejukan daerahnya. Warna ungu menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor adalah daerah berkeadaban dan penuh kebijaksanaan.

2. Tipe pembacaan mitos yang kedua adalah memfokuskan pada penanda yang penuh,

dimana berthes jelas jelas membedakan makna dari bentuk, dan akibatnya mampu melihat distorsi yang dilakukan satu pihak kepada pihak yang lain, berarti Barthes membatalkan proses penandaan dalam sistem mitis dan kemudian menerima sistem mitis ini sebagai tipuan. Ini adalah model pemfokusan seorang mitolog, dia menguraikan mitos, memahaminya sebagai distorsi. Dalam hal ini logo Kabupaten Bogor memiliki empat bentuk utama yaitu Kujang, Talas Bogor, Gunung dan Paralayang. Pada bagian logo pertama, yaitu kujang.

Kujang dalam pemahaman secara umum merupakan senjata khas Jawa Barat, namun menurut Kurniawan (2014), kujang bukan hanya sebagai senjata/alat khas yang dimiliki Jawa Barat saja, tapi di wilayah lain pun ditemukan perangkat yang mirip dengan kujang. Kujang seringkali dikatakan sebagai senjata, menurut KBBI, senjata adalah alat yang dipakai untuk berkelahi atau berperang.

Mengacu pada pendapat Kurniawan (2014), disini kujang bukan sebagai senjata untuk berkelahi atau berperang, kujang lebih kepada simbol kepangkatan, kehormatan kepada para pemimpin yang berjasa besar kepada Negara, nilai sebuah ajaran dan sebagainya. Kujang di dalam budaya Sunda merupakan senjata yang memiliki nilai sakral dan mistis (sarana ritual). Pada zaman Pajajaran Makukuhan atau Pajajaran awal kujang mendekati kesempurnaan secara perupa.

Pada objek gambar kedua yaitu gunung, dalam logo diperlihatkan dua buah gunung yang terdapat di Kabupaten Bogor yaitu Gunung Salak dan Gunung Pangrango. Secara geografis, Gunung Salak berbatasan dengan Kabupaten Sukabumi, Gunung Pangrango berbatasan dengan Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Sukabumi. Disini terdapat distorsi makna pada objek gunung. Gunung yang dimaksud di dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism bukan hanya milik daerah Kabupaten Bogor, tapi juga milik daerah Kabupaten Sukabumi dan Cianjur

Objek ketiga, yaitu penggambaran Talas Bogor di dalam logo tidak terdapat distorsi atau penyimpangan makna.

Kerana Talas Bogor memang memiliki warna ungu pada batang dan merupakan buah tangan dari Bogor yang dikenal hingga saat sekarang.

Objek ke-empat dalam logo Kabupaten Bogor The City of Sport and Tourism adalah Paralayang. Olahraga paralayang memang salah satu jenis olahraga yang identik dengan Kabupaten Bogor, terutama di daerah puncak. Olahraga paralayang ini merupakan sebuah kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas. Pemerintah Kabupaten Bogor tidak membentuk komunitas ini maupun terhubung langsung dengan olahraga paralayang ini. Selain Kabupaten Bogor juga terdapat wilayah yang seringkali dijadikan tempat untuk olahraga Paralayang yaitu di daerah Gunung Banyak, Batu, Malang.

3. Cara pembacaan mitos yang ketiga adalah memfokuskan pembacaan pada penanda mitis sebagai sesuatu yang utuh terdiri dari makna dan bentuk. Tipe pembacaan ini bersifat dinamis, pembacaan ini mengonsumsi mitos sebagai cerita yang benar dan sekaligus tidak realistis.

Mitos pada objek pertama yaitu kujang.. Kujang mempunyai latar belakang sejarah yang panjang, dari perkakas, senjata hingga menjadi sebuah simbolisasi. Secara umum kujang dikenal sebagai senjata dan pusaka orang Sunda yang berasal dari Jawa Barat Kujang hal ini dinyatakan secara teoritis; jumlah lubang 1 pada bilah kujang adalah simbol letak kota praja disebut Sunda tahun 670 M saat Tarumanegara dipimpin Maharaja Purnawarman (mengacu kujang sebagai peta). Pada zaman Pajajaran Mangukuhan kujang menjadi sebuah pusaka lambang mempersatu antara Sundapura dan Galuh melalui Perjanjian Galuh pada tahun 739 M. (Kuncoro dalam Kurniawan, 2014).

Pada tahun 1170 M, Kujang sebagai ajimat atau pusaka (piandel) mulai digunakan oleh para petinggi dan bangsawan kerajaan Pajajaran Makukuhan. Kujang berfungsi sebagai simbol status kepangkatan, penghormatan kepada para pemimpin yang berjasa besar pada negara, nilai sebuah ajaran dan

sebagainya (masa pemerintahan Prabu Kuda Lalean). (Kurniawan, 2014).

Saat ini Kujang dipergunakan sebagai simbolisasi tapi dalam bentuk gambar visual bukan berbentuk senjata atau berbentuk kujang (secara fisik). Gambar Kujang banyak terdapat di dalam logo resmi pemerintahan daerah di Jawa Barat, seperti pada logo Provinsi Jawa Barat, logo pemerintahan Kota Bogor, logo pemerintahan Kabupaten Sukabumi, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Pangandaran, Kota Banjar, dan logo pemerintahan Kota Depok. Begitu pula dengan logo Kabupaten Bogor The City of Sport and Tourism menampilkan kujang pada salah satu bagian logonya.

Makna kujang sebagai simbolisasi keberanian dan keagungan Sunda di masa lampau, kujang juga memiliki sifat tak gentar dalam menegakkan kebenaran. Pada kujang terdapat bagian pegangan yang juga disebut dengan harupat. Harupat memiliki makna keterikatan Bogor dengan sajarah asal usul nama Bogor yang berarti Kawung. Harupat juga bermakna sesuatu yang kuat, kokoh, simbol kekokohan masyarakat Bogor dalam mempertahankan jati diri (bogorkab.go.id).

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

Objek Talas Bogor. Talas merupakan tanaman pangan yang bisa tumbuh dan berkembang baik di benua Asia, Afrika, dan Amerika. Kabupaten Bogor memiliki jenis talas yang sudah

diidentifikasi, dikarakterisasi dan didaftarkan di Litbang Pertanian yaitu Talas Bulkok, Talas Bentul dan Talas Sutra. (jabar.litbang.pertanian.go.id). Meskipun talas ada di berbagai belahan dunia dan di berbagai wilayah di Indonesia sendiri, namun masyarakat Bogor mampu memberikan identitas terhadap Talas yang merupakan buah tangan khas Bogor, dengan berbagai inovasi bidang makanan yang berbahan baku talas seperti lapis talas, bolu talas dan makanan berbahan baku talas lainnya.

Objek logo ketiga yaitu gunung mengacu pada Gunung Salak dan Gunung Pangrango yang secara geografis keduanya merupakan batas wilayah Kabupaten Bogor sebelah selatan. Di wilayah kedua gunung ini terdapat taman nasional. Taman Nasional Gunung Halimun Salak dan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Gunung Salak maupun Gunung Pangrango merupakan pegunungan yang masih terjaga kelestariannya. Banyak pendaki yang mengunjung pegunungan ini. Saat ini di kaki Gunung Salak maupun Gunung Pangrango mulai banyak akomodasi pendukung pariwisata. Daerah-daerah ini lambat laun mulai berkembang dengan sector utama pariwisata. Namun, perkembangan pariwisata ini tidak melunturkan citra Gunung Salak dan Gunung Pangrango di mata masyarakat.

Masyarakat umum yang pendapatnya banyak terdapat di berbagai media menyebutkan bahwa bahwa Gunung Salak maupun Gunung Pangrango memiliki hal lain selain pariwisata, yaitu hal yang berkaitan dengan citra Gunung yang seram, mistis dan angker. terutama pada Gunung Salak, banyak media yang menulis mengenai hal ini seperti metro.sindonews.com menulis artikel 4 Cerita Horor di Gunung Salak (Danaryati, 2022). Sama halnya dengan Gunung Salak, Gunung Pangrango juga memiliki cerita-cerita sejenis yang masih dilestarikan oleh masyarakat hingga saat ini dengan menyebarluaskannya melalui media.

Objek logo keempat yaitu Olahraga Paralayang, olahraga Paralayang ini identik dengan Kabupaten Bogor, karena Puncak pernah menjadi tuan rumah

penyenggaraan Asean Games 2018 untuk cabang olahraga Paralayang. Perhelatan Asean Games diliput oleh banyak media massa, begitu pula Olahraga Paralayang yang diselenggarakan di Puncak, hal ini tersebar melalui media, sehingga Puncak identik dengan Paralayang. Sesuatu hal bisa menjadi mitos apabila yang mengatakannya adalah pihak yang memiliki dominasi, dalam hal ini media massa memiliki pengaruh yang banyak dalam menyampaikan semua informasi.

Pemeriksaan keabsahan hasil Penelitian

Pemeriksaan keabsahan hasil analisis dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teori interaksionisme simbolik. Teori ini menekankan pada tiga faktor yaitu *mind*, *self* dan *society*. Pada *mind*, manusia bertindak kepada manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain terhadapnya. Pemerintah Kabupaten Bogor merupakan pihak yang diberikan kepercayaan oleh masyarakat untuk menjadi pemimpin di wilayahnya. Selaku pemimpin wilayah dan pemangku kepentingan, maka sudah seharusnya pemerintahan Kabupaten Bogor melaksanakan tugasnya mengembangkan dan daerahnya sendiri. Salah satu cara bentuk tanggung jawab dalam memajukan daerahnya adalah dengan membentuk upaya memajukan daerah yang salah satu bentuknya tercermin di dalam logo Kabupaten Bogor, Sport and Tourism. Logo ini menyampaikan pesan bahwa kabupaten Bogor merupakan daerah unggul di bidang pariwisata dan olahraga. *Self* adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain. Berkaitan dengan *self* pada interaksionisme simbolik, Pemerintah Kabupaten Bogor merefleksikan diri sebagai wilayah tujuan pariwisata dan olahraga. Pemerintah Kabupaten Bogor merefleksikan diri bukan hanya berpijak pada pendapat internal pemerintahan saja, tapi juga berdasarkan penilaian atau pendapat dan sudut pandang orang lain. Wilayah Kabupaten Bogor, khususnya kawasan Puncak merupakan daerah tujuan wisata bagi wisatawan, terutama wisatawan lokal dari ibukota Jakarta. Kawasan Puncak sudah menjadi primadona sejak Zaman Belanda (travel.detik.com). Dari bidang olahraga

Kawasan Puncak Kabupaten Bogor pernah menjadi tempat penyelenggaraan Asean Games 2018 pada cabang olahraga Paralayang, dengan demikian kawasan Puncak, dan umumnya Kabupaten Bogor memiliki citra sebagai kawasan wisata dan olahraga. Pemerintah Kabupaten Bogor merefleksikan diri atas pandangan orang lain atau pihak lain. Factor ketiga dalam interaksionisme simbolik adalah Masyarakat (*Society*), ini adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya. Konsep *society* selaras dengan konsep mitos Barthes. Mitos tercipta dari interaksi antar manusia dan mengalir di dalam masyarakat. Mitos bisa terjadi dalam waktu yang berbeda. Sebuah mitos bisa terjadi turun temurun dalam waktu yang panjang, namun tidak abadi. Perubahan waktu dan Interaksi antar manusia bisa mengubah mitos.

SIMPULAN

Mitos yang terdapat di dalam logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism, pertama bahwa Kujang merupakan simbol dari pihak yang memiliki kekuasaan, dalam logo ini pihak yang memiliki kekuasaan adalah pemerintah Kabupaten Bogor, meskipun Kujang yang ada pada saat ini hanya dalam bentuk visual saja, bukan senjata Kujang secara fisik yang dimiliki para pemangku kekuasaan atau orang penting dan berjasa pada masa lampau. Pemerintah Kabupaten Bogor memiliki cita-cita dan harapan untuk kemajuan daerahnya melalui sektor pariwisata dan olahraga (dilihat dari bentuk yang dominan bentuk undakan ke atas).

Pada objek kedua yaitu talas bogor merepresentasikan pangan yang berasal dari Bogor, masyarakat Bogor mampu membuat citra Talas sebagai pangan khas dari Bogor melalui inovasi pangan dan identifikasi jenis talas yang berasal dari Bogor.

Mitos pada objek gunung menyiratkan cita-cita Pemerintah kabupaten Bogor dalam mewujudkan Kabupaten Bogor

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

Keindahan dan kelestarian alam ini diharapkan bisa mendongkrak sektor pariwisata dan olahraga. Gunung Salak dan Gunung Pangrango memiliki daya tarik lain (untuk sebagian orang) terkait hal mistis (apabila dilihat dari bentuk logo terkait warna ungu yang menggambarkan kemisteriusan). Masyarakat sekitar Gunung Salak dan Gunung Pangrango, bahkan masyarakat umum sebagian diantaranya memiliki kepercayaan terkait hal mistis yang terjadi di Gunung Salak dan Gunung Pangrango, hal ini dikuatkan oleh artikel yang tersebar melalui media massa

Objek ketiga yaitu Paralayang merupakan objek yang mewakili olahraga di Kabupaten Bogor, karena Paralayang merupakan cabang olahraga yang ada di Bogor yang telah diketahui oleh dunia melalui pemberitaan di berbagai media massa pada saat perhelatan Asean Games 2018. Dalam hal ini media merupakan pihak yang memiliki dominasi karena pers merupakan pihak yang menguasai informasi. Mitos bisa terjadi apabila yang menyebarkan pesannya merupakan pihak yang memiliki dominasi.

Mitos menurut Barthes adalah tipe wicara yang dipilih oleh sejarah; mitos tidak mungkin lahir dari “hakikat” sesuatu. Jenis wicara bisa berbentuk apa pun termasuk dalam bentuk visual. Logo dalam hal ini merupakan pesan. Logo Kabupaten Bogor Sport and Tourism merupakan salah satu bentuk pesan yang disampaikan oleh Pemerintahan Kabupaten Bogor. Pemerintah ingin menyampaikan pesan bahwa saat ini pemerintah Kabupaten Bogor sedang memiliki tujuan dan semangat yang kuat untuk memajukan Kabupaten Bogor menuju *The City of Sport and Tourism*. Pemerintah Kabupaten Bogor mengandalkan potensi-potensi wilayahnya untuk menjadi bagian dari kegiatan pariwisata dan olahraga. Bentang

alam yang indah, fasilitas olahraga, budaya masyarakat serta olahan makanan yang unik menjadi poin penting yang di “jual” dalam kemajuan Kabupaten Bogor dalam sektor *Sport & Tourism*.

SARAN

Logo Kabupaten Bogor sudah cukup mewakili pesan yang ingin disampaikan oleh Pemerintah Kabupaten Bogor sebagai kawasan pariwisata dan olahraga. Logo ini juga original, khas dan unik. Namun Menurut pandangan penulis dalam logo ini masih terdapat kekurangan yaitu pada unsur *simple* dan *esily adapted for all media*. Logo ini menarik didi visual tapi terlalu banyak gambar, bentuk dan warna di dalam logo sehingga pesan utama yang ingin disampaikan kurang terlihat. logo belum terlihat, karena logo terlalu banyak memperlihatkan kelebihan Kabupaten Bogor.

Kerumitan gambar pada logo juga mungkin akan berpengaruh pada kemampuan adaptasi media. Seperti untuk media online, yang kecepatan pergerakan atau perubahan layarnya tinggi, orang akan menjadi sulit fokus untuk melihat tampilan logo, begitu pula pada media lain seperti media cetak atau luar ruang, mungkin logo bisa jadi tidak semua tercetak atau tertampikan, karena kemampuan perangkat atau kemampuan mata khalayak untuk melihat logo tersebut. Saran dari penulis logo bisa buat lebih sederhana dan pesan lebih terfokus serta objek bisa diadaptasikan dengan karkarakteristik berbagai media tempat logo akan ditampilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2007). Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. (2008). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Prenada Media
- Barthes, Roland. (2006). Mitologi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Carter, David, E. (2007). The Little Book of Logo Recipes; Succesfull Design and How to Create Them. New York: Collin Design.
- Colorpsychology. (2022). Color Psychology, The Psychology of Colors

- and Their Meaning. <https://www.colorpsychology.org>
- Danaryati, Andin. (2022). 4 Tempat Angker di Gunung Salak, Nomor 3 Paling Diminati Masyarakat". <https://metro.sindonews.com/read/658353/170/4-tempat-angker-di-gunung-salak-nomor-3-paling-diminati-masyarakat-1642327287>
- Kabupaten Bogor. (2021). Paralayang di Puncak Bogor. <https://bogorkab.go.id/post/detail/paralayang-di-puncak-bogor>
- Kabupaten Bogor. (2022). Lambang Kabupaten Bogor. <https://bogorkab.go.id/pages/lambang-kabupaten-bogor>
- Irawan, Bambang, Tamara Priscilla. (2013). Dasar-dasar Desain. Bogor: Griya Kreasi.
- Kurniawan, Aris. (2014). Kajian Historis dan Filosofis Kujang. Bandung: Jurnal Itenas Rekarupa.
- Mustika, Syanti. (2020). Sejak Zaman Belanda Kawasan Puncak sudah Menjadi Primadona. <https://travel.detik.com/travel-news/d-5315013/sejak-zaman-belanda-kawasan-puncak-sudah-menjadi-primadona>
- Putra, Ricky W. (2020). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Setiawan, I Nyoman Anom Fajaraditia dan Jayanegara, I Nyoman. (2019). Sistem Tanda Visual Logo Stikom Indonesia. Denpasar, Bali: Stimik Stikom Indonesia
- Susilawati, Peps Nur. (2020). BUDIDAYA TALAS VARIETAS BENENG. BPTP BANTEN <https://banten.litbang.pertanian.go.id/new/images/pdf/benengbudidaya2020.pdf>
- Wahjuwibowo, Indiwani Seto. (2019). Semiotika Komunikasi Edisi III; Aplikasi Praktis untuk penelitian dan skripsi komunikasi. Banten; Rumah Pintar Komunikasi.