

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan penggunaan metode analisis semiotika visual Charles Sanders Peirce pada logo branding Candi Prambanan dapat memberikan sebuah arti yang lebih mendalam. Analisis semiotika Visual Charles Sanders Peirce menggunakan 3 pembagian pemaknaan tanda, diantaranya *sign, Object, & Interpretant*. Dimana sign atau tanda dilihat dari simbol-simbol yang tercipta dalam logo branding Candi Prambanan tersebut. Object merupakan sebuah simbol yang terdapat dalam setiap bagian logo yang memiliki sebuah makna. Dan interpretant atau penggunaan tanda ini merupakan sebuah penjabaran mengenai penggunaan tanda-tanda yang muncul dalam sebuah object tersebut. Dari ketiga pembagian tanda tersebut dapat menciptakan sebuah makna yang lebih mendalam untuk menjabarkan sebuah makna dalam simbol-simbol yang muncul.

Analisis Charles Sanders Peirce pada tanda logo branding Candi Prambanan terdapat setidaknya 2 tanda utama yang muncul dan 2 tanda yang menjadi penguat akan 2 makna tanda utama tersebut. Dimana batik parang dan lingkaran dapat merepresentasikan sebuah keagungan yang digambarkan oleh batik parang dan memberikan sebuah kehangatan, rasa penuh cinta, dan kasih sayang yang dapat terjalin di Candi Prambanan. Selain memberikan unsur yang agung dan penuh rasa cinta, logo ini juga memiliki warna kuning yang dapat merepresentasikan sebuah makna akan kegembiraan serta merupakan sebuah warna akan perharapan kepada

tuhan. Dengan penggunaan jenis huruf yang tegas memberikan sebuah ketegasan dan makna yang kuat akan logo branding ini.

5.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan mengenai analisis semiotika Charles Sanders Peirce pada makna tanda logo branding Candi Prambanan, penulis memberikan saran kepada PT. Taman Wisata Candi sebagai Berikut. Pertama, Penulis mendapatkan bahwa penggunaan tanda batik parang mempunyai sebuah makna yang sangat sensitif dimana batik parang merupakan sebuah motif batik yang sakral dan hanya bisa digunakan oleh keluarga kerajaan saja. Penggunaan tanda batik parang pada logo branding ini, penulis menganggap bahwa batik parang pada logo branding Candi Prambanan dapat menyebabkan persepsi lain diantara pembaca. Mengingat batik parang memiliki banyak arti dan filosofis di dalamnya. Pengambilan salah satu makna dalam batik parang ini dapat memberikan sebuah persepsi yang universal diantara para pembaca, dimana motif batik ini identik dengan sebuah keagungan dari seorang keluarga kerajaan. Untuk itu, dalam penjabaran arti filosofis dari tanda pada logo ini harus didetailkan dan lebih ditekankan penggunaan salah satu maknanya tersebut agar pembaca bisa mengetahui tujuan dari penggunaan tanda batik parang tersebut. Dan yang kedua adalah dengan adanya penelitian yang dilakukan ini bisa memberikan dampak yang positif bagi PT. Taman Wisata Candi dan para pembaca serta dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.