

## **Bahasa Komunikasi Visual Dan Pengantaraan Produk: Satu Analisis Semiotik**

*Faridah Ibrahim*

[fbi@ukm.my](mailto:fbi@ukm.my)

*Pusat Pengajian Media dan Komunikasi  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
Universiti Kebangsaan Malaysia*

*Tika Nuraeni*

[tikanuraeni@gmail.com](mailto:tikanuraeni@gmail.com)

*Pusat Pengajian Media dan Komunikasi  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
Universiti Kebangsaan Malaysia*

*Fauziah Ahmad*

[zuhair@ukm.my](mailto:zuhair@ukm.my)

*Pusat Pengajian Media dan Komunikasi  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
Universiti Kebangsaan Malaysia*

*Chang Peng Kee*

[chang@ukm.my](mailto:chang@ukm.my)

*Pusat Pengajian Media dan Komunikasi  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
Universiti Kebangsaan Malaysia*

*Normah Mustaffa*

[normahm@ukm.my](mailto:normahm@ukm.my)

*Pusat Pengajian Media dan Komunikasi  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan  
Universiti Kebangsaan Malaysia*

### **Abstrak**

Reka bentuk bahasa komunikasi visual adalah konsep komunikasi dan ungkapan daya kreativiti, yang diaplikasikan dalam pelbagai media bahasa komunikasi visual dengan mengolah elemen reka bentuk grafik yang terdiri dari gambar, huruf, warna, komposisi, dan paparan reka bentuk. Dalam kajian ini penyelidik memilih bidang kajian mengenai reka bentuk visual sebuah logo industri iaitu logo *Starbucks Coffee*. Pengkajian bahasa media dalam memahami konteks ilmu semiotik adalah amat penting memandangkan bahasa adalah komponen utama dalam menyalurkan maklumat media dan berfungsi sebagai proses penjaanaan makna. Definisi semiotik (*theory of signs*) adalah ilmu tentang tanda atau simbol. Ia berfungsi menyampaikan mesej atau maklumat secara visual yang memaparkan suatu gambar, tanda atau simbol yang dapat ditafsirkan dengan mudah dan sama oleh semua orang sebagai penerima mesej atau informasi tersebut. Analisis semiotik dalam kajian ini dilakukan melalui analisis taksonomi (klasifikasi), berdasarkan pada fokus terhadap salah satu domain yang akan dijadikan objek analisis. Hasil kajian

ini mendapati bahawa pemilihan logo untuk sebuah industri mampu mencipta dan memberi kesan yang kuat kepada pengguna. Imej positif yang tercipta pada sesebuah industri melalui identiti visual iaitu logo mampu memberikan sumbangan kepada industri itu sendiri dan memberi impak positif mengenai imej industri.

**Katakunci:** semiotik, komunikasi visual, pengantaraan, logo, mesej.

## **Visual Communication Language And Product Mediation: A Semiotic Analysis**

### **Abstract**

The design of visual communication language is a communication concept that emerges from creative minds. It is applied in various visual communication language endorsed through the elements of graphic design comprising pictures, letters, colours, compositions and design layout. All these are done to send messages through visual, audio and audio-visual communication to target audiences. This research analyses a design of an industrial logo, that is, *Starbucks Coffee*. The study on media language to understand semiotics is vital, as language is the main component in channeling media information as communication processes, and generates meaning of messages. It functions to send messages visually that display pictures, signs or information that can be easily deciphered by all. Fittingly, semiotics is a study of signs or symbol (theory of signs). Semiotics analysis is employed in this research through taxonomy analysis (classification) focusing on a domain that will be the object of analysis. This research finds that the choice of logo made a difference in promoting a product which gives a lasting effect to consumers. The positive image created by industries via visual images or logo can contribute significantly towards industries and gives positive impact on the image of the industries.

**Keywords:** semiotics, visual communication, mediation, logo, message.