

Analisis Semiotika pada Desain Grafis Aplikasi Gojek (Semiotics Analysis in Gojek Application Graphic Design)

Muhammad Jerry Al-Kahfi¹, Fifi Hasmawati², M.Syendi Apriko³

**^{1,2,3,4}Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia**

Corresponding Author: Muhammad Jerry Al-Kahfi e-mail : mjerryalkahfi@gmail.com

Published: May, 2025

ABSTRAK

Dalam era digital, desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang membentuk identitas dan citra suatu aplikasi. Aplikasi Gojek sebagai salah satu layanan transportasi daring terbesar di Indonesia, memiliki tampilan desain grafis yang unik dan menarik untuk dianalisis dari sisi makna visualnya. Oleh karena itu penelitian ini berjudul Analisis Semiotika pada Desain Grafis Aplikasi Gojek dengan tujuan untuk mengungkap makna-makna denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung dalam desain grafis ikon layanan pada aplikasi Gojek melalui pendekatan semiotika Roland Barthes yang meliputi makna denotasi, konotasi, dan mitos. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan studi kepustakaan. Penelitian difokuskan pada sembilan ikon dari tiga kategori layanan: transportasi, pemesanan makanan, dan pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan tiga tahap yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan dari penelitian ini ialah bahwa tampilan desain grafis berupa ikon layanan aplikasi Gojek merupakan sebuah ikon yang mengandung makna denotasi, konotasi dan mitos di dalam nya, serta dapat menggambarkan fungsi ikon dengan gambar atau tanda-tanda yang menarik secara visual dan mudah untuk dipahami oleh pengguna aplikasi Gojek.

Kata Kunci: Semiotika, Desain Grafis, Aplikasi Gojek

ABSTRACT

In the digital era, graphic design not only functions as an aesthetic element, but also as a communication tool that shapes the identity and image of an application. The Gojek application as one of the largest online transportation services in Indonesia, has a unique and interesting graphic design appearance to analyze in terms of visual meaning. Therefore, this research is entitled Semiotic Analysis on the Graphic Design of the Gojek Application with the aim of uncovering the meanings of denotations, connotations, and myths contained in the graphic design of service icons in the Gojek application through Roland Barthes' semiotic approach which includes the meaning of denotations, connotations, and myths. The method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through documentation and literature studies. The research focused on nine icons from three categories of services: transportation, food ordering, and digital payments. This study uses data analysis techniques with three stages, namely, data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The conclusion of this study is that the display of graphic design in the form of the Gojek application service icon is an icon that contains the meaning of denotation, connotation and myth in it, and can describe the function of the icon with visually attractive images or signs that are easy to understand by Gojek application users.

Keywords: Semiotics, Graphic Design, Gojek Application.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

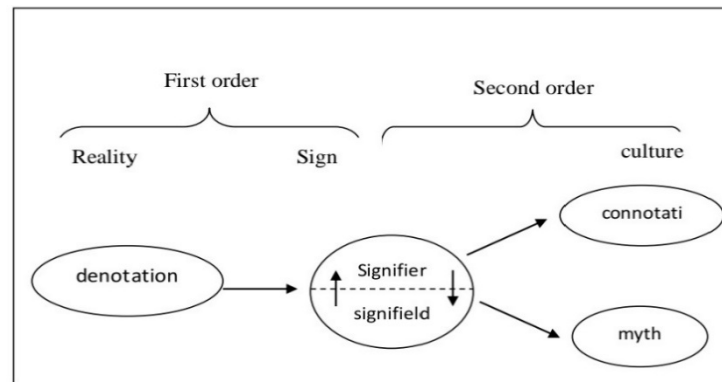
Desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang memadukan elemen-elemen grafis seperti gambar, teks, dan warna untuk menyampaikan informasi kepada khalayak umum. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, desain grafis tidak hanya sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang efektif untuk menyampaikan pesan, makna, dan identitas suatu produk atau perusahaan. Desain grafis merupakan perpaduan antara kreativitas dan penyampaian informasi yang kompleks, dengan tujuan untuk menarik minat dan perhatian audiens. Penyampaian informasi melalui desain grafis mampu mengubah ide atau pesan menjadi sesuatu yang mudah dipahami dan menarik secara visual dengan menggabungkan elemen grafis seperti gambar, tipografi, warna, dan bentuk. Menurut Helfand (2001), desain grafis adalah kombinasi kompleks antara kata dan gambar, angka dan grafik, yang berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada audiens tertentu dengan menggunakan metode visual yang komunikatif. Sedangkan menurut Landa (2010), desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang dapat digunakan sebagai penyampaian pesan atau informasi yang ditujukan untuk audiens. Berdasarkan pengertian diatas desain grafis dapat didefinisikan sebagai media komunikasi yang dalam penyampaian nya menggunakan elemen visual, seperti ilustrasi, foto, tulisan, huruf, warna dan garis untuk menciptakan suatu informasi menjadi lebih komunikatif.

Dalam kemajuan teknologi di era digitisasi, aktivitas kehidupan manusia semakin beragam sesuai dengan kebutuhannya. Penyedia jasa layanan transportasi berlomba-lomba menyediakan berbagai aplikasi layanan jasa transportasi dalam memenuhi kebutuhan mobilitas manusia. Berdasarkan hasil survei “Pola Perilaku Masyarakat Indonesia Saat Menggunakan Transportasi Online 2023” dari GoodStats yang melibatkan sebanyak 400 responden dari seluruh Indonesia pada bulan Juni lalu, pemakaian aplikasi untuk memesan transportasi online dinilai sangat mudah dan sederhana, membuat pengguna jarang mengalami kesulitan. Sebanyak 56,8% responden setuju dengan pernyataan tersebut (Yonatan Agnes Z. 2023). Seperti salah satu aplikasi penyedia jasa layanan transportasi online yaitu aplikasi Gojek. Gojek merupakan perusahaan penyedia jasa layanan transportasi dengan menggunakan armada Motor yang saat ini telah memimpin revolusi industri transportasi Ojek di wilayah jabodetabek. PT. Gojek Indonesia (Gojek), pertama kali didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010. Go-Jek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industry transportasi Ojek. Gojek bermitra dengan para pengendara Ojek berpengalaman di Jakarta, Bandung, Bali & Surabaya dan menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan Saat ini Aplikasi Gojek telah mendapatkan pengunduhan data aplikasi sebesar 100 juta kali di Playstore dengan rating 4.6 dan 5 juta ulasan.

Aplikasi Gojek tidak hanya menawarkan layanan transportasi, tetapi juga berbagai layanan lainnya seperti pengiriman makanan, belanja, dan pembayaran digital. Keberhasilan aplikasi Gojek dalam menarik perhatian penggunanya tidak lepas dari peran desain grafis yang digunakan dalam aplikasinya.

Desain grafis pada aplikasi Gojek mencerminkan identitas aplikasi yang modern, dinamis, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat terutama masyarakat Indonesia. Elemen-elemen grafis seperti warna hijau cerah, ikon-ikon sederhana namun tetap informatif, serta penggunaan bahasa visual yang akrab dengan budaya lokal, menjadi ciri khas tersendiri yang membedakan aplikasi Gojek dengan aplikasi lainnya. Desain grafis pada aplikasi Gojek tidak hanya sebagai alat komunikasi visual, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan bagi penggunanya. Dalam setiap elemen desain grafis terdapat pesan dan makna di dalamnya yang diwakili dengan warna, gambar, bentuk, hingga tulisan yang dapat diungkap melalui analisis semiotika. Semiotika itu sendiri adalah ilmu yang mempelajari tanda dan cara tanda tersebut bekerja, serta makna yang terkandung di dalamnya. Seperti pemilihan warna Hijau sebagai ciri khas aplikasi Gojek yang tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga dapat diartikan sebagai simbol ketenangan, kedamaian, dan keterbukaan dalam komunikasi. Begitu pula dengan ikon-ikon yang dibuat dengan sederhana, namun tetap memiliki makna dan pesan yang ingin disampaikan pada desain grafis, dengan tujuan untuk memudahkan pengguna dalam memahami fungsi layanan.

Oleh karena itu untuk mengkaji Tanda tersebut maka terciptalah ilmu untuk mempelajari tentang tanda-tanda itu, Ilmu tentang tanda-tanda itu disebut semiotika. Teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika dari Roland Barthes. Teori ini mengutamakan tiga pilar pemikiran yang menjadi inti dari analisisnya, yaitu makna Denotatif, Konotatif dan Mitos. Mitos ini muncul karena adanya pandangan dari Roland Barthes sendiri bahwa dibalik tanda-tanda tersebut terdapat makna yang belum diketahui yang akhirnya dapat melahirkan sebuah mitos (Chaysalina, I et al., 2022). Menurut Barthes kehidupan sosial adalah sebagai sebuah signifikasi. Signifikasi tidak terbatas pada bahasa, tetapi juga pada hal-hal lain diluar bahasa. Dengan kata lain, kehidupan sosial apa pun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri. (Vera, 2022) Dalam semiotika, signifikasi adalah hubungan antara penanda (signifier) dan pertanda (signified) berdasarkan konvensi. Penanda adalah bentuk atau wujud fisik, sedangkan pertanda adalah makna yang terungkap melalui konsep, fungsi, dan atau nilai-nilai yang terkandung di dalamnya (Dewi A.K. 2010) Roland Barthes menciptakan suatu bentuk yang terstruktur untuk mengkaji makna dari sebuah tanda, bentuk ini dinamakan bentuk signifikasi dua tahap (*two order of signification*). Dalam signifikasi dua tahap ini terdapat beberapa unsur makna yang saling berhubungan satu sama lain yaitu makna denotasi, makna konotasi dan mitos.



Gambar 1 Model Signifikasi Dua Tahap Barthes

Melalui Model signifikasi diatas Barthes menjelaskan signifikasi tahap pertama yang merupakan hubungan antara signifier (penanda) dan signified (petanda) di dalam sebuah tanda terdapat realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata pada tanda atau makna jelas tentang tanda. Pada signifikasi tahap kedua, barthes mengartikanya dengan istilah Konotasi. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (Kusumarini, Y. 2006). Konotasi sebagai tahap kedua yang bersangkutan dengan isi, tanda, bekerja melalui mitos (myth). Mitos merupakan cara kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos dalam artian ini merupakan hal-hal yang sudah terbentuk lama di lingkungan masyarakat dan menjadi suatu pesan yang kebenarannya harus diyakini, tetapi tidak perlu dibuktikan. Mitos melibatkan unsur penanda, petanda, dan tanda. Sebagai contoh, bunga bisa dikaitkan dengan cinta, dalam hal ini, penanda adalah pemahaman dari (bunga), petanda adalah gambaran perasaan mengenai bunga, dan tanda adalah hubungan antara pemahaman tersebut dengan gambaran perasaannya, yang akhirnya menciptakan makna yaitu cinta.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang menggabungkan metode deskriptif dan kualitatif. Menurut Sulyanto yang dikutip dari Susilawati A. (2003) penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kualitatif, dimana data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka atau bilangan sehingga hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk tertulis dan lisan melalui metode yang ada. Menurut pendapat ahli penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. (Anslem et al.,2013). Deskriptif kualitatif adalah metode yang mendeskripsikan data secara sistematis, faktual, dan

akurat dengan berupaya menggali kedalaman atau makna lebih mendalam (Burhan et al., 2022) Selanjutnya menurut Arikunto yang dikutip dari Usman Penelitian deskriptif tidak bertujuan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, melainkan hanya menggambarkan apa adanya atau alamiah mengenai suatu variabel, fenomena, atau kondisi sebagaimana adanya (Usman, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil deskripsi dan analisis data menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes pada sembilan ikon dalam desain grafis aplikasi Gojek, ditemukan bahwa setiap ikon memiliki tiga tingkatan makna: denotasi, konotasi, dan mitos.

1. Denotasi

Denotasi adalah signifikasi tahap pertama yang melihat sebuah makna pada tanda secara langsung dan pasti, sehingga tidak membutuhkan analisis secara mendalam dalam memaknai suatu tanda karena dapat langsung diartikan secara sederhana. Dalam desain grafis aplikasi Gojek, terdapat sembilan bentuk denotasi yang menjadi simbol untuk setiap fungsi layanan. Kesembilan bentuk denotasi pada desain grafis aplikasi Gojek sebagai berikut:

- a) Denotasi ikon Goride secara jelas menampilkan seorang pengemudi motor yang mengenakan jaket dan helm berwarna hijau, sebagai representasi visual layanan antar jemput penumpang menggunakan motor. Denotasi ini menunjukkan bahwa pengemudi Goride selalu mengikuti standar keselamatan berkendara dan taat peraturan lalu lintas.
- b) Ikon Gocar secara denotatif menampilkan sebuah mobil berwarna hijau dengan lampu depan berwarna kuning, serta tagline "Gocar" yang terlihat di bawah ikon. Denotasi ini ditampilkan dengan sederhana yakni sebuah mobil dengan warna hijau, dengan tujuan agar fungsi layanan Gocar mudah dipahami dan ingat oleh pengguna aplikasi Gojek.
- c) Bentuk denotasi ikon Gosend memperlihatkan sebuah kotak paket tertutup rapat dengan simbol panah ke atas berwarna kuning, dan tagline "Gosend" yang terlihat di bawah ikon. Penggunaan bentuk kotak paket pada denotasi ikon Gosend dipilih karena identik dengan keseharian masyarakat ketika mengirim barang. Masyarakat umumnya menggunakan kotak yang terbuat dari bahan karton atau kardus sebagai wadah untuk menyimpan atau mengirim barang, wadah ini dikenal dengan istilah "kotak paket". Hal ini membuat denotasi dari sebuah kotak paket lebih mudah dikenali dan dipahami oleh pengguna aplikasi, sebagai layanan pengiriman barang online.
- d) Bentuk denotasi ikon Gofood memperlihatkan alat makan sendok dan garpu berwarna merah, dengan tagline "Gofood" yang terlihat di bawah ikon. Denotasi ini identik dengan makanan atau tempat yang menyediakan makanan. Bentuk sendok dan garpu sangat mudah ditemukan di berbagai tempat, seperti rambu jalan, restoran, kemasan produk makanan, serta fasilitas umum seperti bandara atau stasiun. Hal ini karena sendok dan garpu umumnya digunakan sebagai simbol

untuk menandai tempat makan atau area makan. Bentuk sendok dan garpu dipilih karena keduanya berhubungan langsung dengan makanan sebagai alat makan, sehingga pengguna dapat langsung memahami fungsi ikon.

- e) Bentuk denotasi ikon Gofood Hemat menampilkan gestur ibu jari ke atas dengan elemen "star burst shape" dan ikon Gofood di tengahnya, serta tagline "Gofood Hemat" yang terlihat di bawah ikon. Secara umum, jempol ke atas atau ibu jari ke atas digunakan untuk menyatakan kata "baik", "oke", atau "setuju". Namun, hal ini belum cukup untuk menunjukkan fungsi layanan secara kasat mata. Oleh karena itu, penggunaan elemen *star burst shape* atau bentuk sinar memancar seperti ledakan, yang biasa digunakan dalam promosi atau iklan dipadukan dengan tagline "GoFood Hemat", bertujuan untuk memperjelas fungsi ikon agar lebih mudah dipahami pengguna aplikasi.
- f) Bentuk denotasi ikon Gomart menampilkan keranjang belanja berwarna merah dengan tagline "Gomart" yang terlihat di bawah ikon. Bentuk denotasi ini identik dengan aktivitas belanja, di mana masyarakat menggunakan kantong belanja sebagai wadah untuk menyimpan atau membawa barang belanjaan dengan mudah.
- g) Bentuk denotasi ikon Gopay Pinjam menampilkan kantong uang berwarna biru dengan tali pengikat berwarna kuning dan terdapat simbol "Rp" di tengah kantong, serta tulisan "GoPay Pinjam" yang terlihat di bawah ikon. Bentuk denotasi pada ikon ini menampilkan kantong uang dengan simbol Rupiah, yang secara simbolis merupakan representasi mata uang resmi Indonesia. Secara kasat mata, denotasi ini memang tidak secara langsung menggambarkan fungsi ikon sebagai layanan pinjaman online. Oleh karena itu tagline "GoPay Pinjam" berperan untuk memperjelas layanan ikon agar lebih mudah dipahami oleh pengguna.
- h) Ikon Gotagihan secara denotatif menampilkan bentuk kertas pembayaran atau tagihan dengan simbol petir berwarna kuning dan tagline "Gotagihan" yang terlihat di bawah ikon. Denotasi ini dapat langsung dipahami oleh pengguna, karena identik dengan kertas tagihan seperti kertas tagihan listrik.
- i) Bentuk denotasi ikon Gogive menampilkan gestur tangan yang sedang memberikan sebuah hati berwarna biru, dengan tagline "Gogive". Bentuk hati identik dengan ungkapan kasih sayang dan cinta. Hal ini mencerminkan layanan ikon untuk menebar cinta dan kasih sayang dalam bentuk kepedulian sosial, seperti melalui donasi untuk korban bencana alam, anak yatim piatu, atau mereka yang membutuhkan.

Bentuk denotasi pada desain grafis aplikasi Gojek merupakan makna yang bersifat eksplisit yaitu sesuatu yang disampaikan secara gamblang, tegas, dan nyata, sehingga dapat langsung dipahami akal sehat. Elemen-elemen desain grafis seperti warna, bentuk, dan simbol yang digunakan pada ikon memiliki keterkaitan langsung dengan keseharian masyarakat. Seperti, ikon GoRide dengan gambar pengemudi motor secara langsung merepresentasikan layanan transportasi online roda dua, ikon GoTagihan dengan bentuk kertas tagihan menunjukkan layanan pembayaran tagihan online, dan ikon

GoFood dengan simbol sendok dan garpu menggambarkan layanan pesan antar makanan. Hal ini menunjukkan bahwa desain grafis aplikasi Gojek secara denotatif bertujuan untuk membangun hubungan emosional pengguna aplikasi Gojek, dengan menciptakan ikon-ikon yang mudah dikenali dan erat kaitannya dengan aktivitas sehari-hari masyarakat.

2. Konotasi

Konotasi adalah signifikasi tahap kedua yang mengungkapkan sebuah makna yang terkandung dalam suatu tanda. Konotasi juga dapat diartikan makna tambahan yang bersifat implisit, kiasan, tidak langsung atau tidak pasti. Makna ini terbentuk ketika suatu tanda di tafsirkan melalui perasaan atau emosi dan nilai-nilai budaya seseorang atau masyarakat. Ada sembilan bentuk konotasi dalam desain grafis aplikasi Gojek yang terkandung dalam elemen-elemen visual yang ditampilkan.

- a) Pada ikon Goride, konotasi yang muncul adalah seorang pengemudi atau driver Goride yang mengendarai motor, dengan mengenakan jaket dan helm berwarna hijau. Jaket dan helm dapat diartikan sebagai bentuk dari keamanan dan profesionalitas driver Goride saat berkendara. Hal ini memberikan kesan bahwa keselamatan dan keamanan penumpang menjadi prioritas utama layanan Goride dan memastikan penumpang sampai ke alamat tujuan dengan selamat. Warna hijau pada jaket, helm, dan motor melambangkan ketenangan, kepercayaan, dan dapat memberikan kesan yang positif ketika melihatnya. Hal ini menunjukkan bahwa layanan Goride berkomitmen menjaga kepercayaan pengguna dan menciptakan pengalaman berkendara yang aman dan nyaman.
- b) Bentuk konotasi ikon Gocar adalah sebuah mobil yang siap berkendara untuk mengantar dan menjemput penumpang. Mobil menggambarkan rasa nyaman, privasi, dan perasaan bahagia. Hal ini memberikan bahwa layanan Gocar akan selalu memberikan pelayanan terbaik untuk menciptakan rasa nyaman dan bahagia dalam berkendara, serta menjaga privasi penumpang Gocar.
- c) Bentuk konotasi ikon Gosend memunculkan konotasi sebuah kotak paket atau barang yang tertutup rapat dengan simbol panah ke atas berwarna kuning yang siap untuk dikirim. Kotak yang tertutup rapat memberikan kesan bahwa barang yang akan dikirim melalui layanan Gosend akan selalu dijaga dengan baik, aman, dan terlindungi selama proses pengiriman. Simbol panah keatas merujuk pada simbol simbol penunjuk bagian atas (*top symbol*) yang biasa ada pada kotak barang. Hal ini memberikan kesan suatu barang di dalam kotak tidak boleh dibalik dan harus dalam keadaan posisi ke atas. Warna kuning melambangkan semangat dan ceria, tetapi dalam hal ini warna kuning dikonotasikan sebagai penarik perhatian ketika melihatnya.
- d) Bentuk konotasi ikon Gofood, yaitu sendok dan garpu yang dikonotasikan sebagai makanan atau hidangan utama yang siap disantap, namun secara konvensi simbol sendok dan garpu melambangkan restoran atau tempat yang menyediakan makanan. Hal ini memberikan kesan bahwa layanan Gofood tidak hanya sebagai layanan pesan antar makanan, namun juga

menyediakan platform atau tempat berbasis online, bagi restoran atau usaha makanan untuk menjual produk mereka. Warna merah pada sendok dan garpu secara psikologis meningkatkan selera dan merangsang nafsu makan, warna ini biasa digunakan pada bisnis kuliner seperti restoran cepat saji untuk menarik perhatian konsumen.

- e) Ikon Gofood Hemat memunculkan konotasi gestur ibu jari ke atas yang melambangkan pujian, persetujuan, dan untuk menyatakan rasa puas. Hal ini memberikan kesan bahwa makanan pada layanan Gofood Hemat sangat direkomendasikan untuk dipesan karena harga yang lebih terjangkau dan lebih hemat. Elemen star burst shape yang ditampilkan seperti kembang api atau ledakan digunakan untuk menyatakan promosi atau diskon makanan yang ditawarkan.
- f) Bentuk konotasi ikon Gomart memunculkan konotasi keranjang belanja sebagai aktivitas belanja di toko-toko besar seperti supermarket, hypermarket, dan toserba (toko serba ada), yang menyediakan berbagai barang kebutuhan sehari-hari. Keranjang belanja sering dikaitkan dengan aktivitas belanja dalam jumlah besar, karena keranjang belanja mampu menampung lebih banyak barang dibandingkan dengan tas belanja biasa. Hal ini memberikan kesan bahwa layanan Gomart memberikan kemudahan dalam berbelanja barang kebutuhan sehari-hari secara praktis, tanpa perlu mengunjungi toko atau supermarket secara langsung. Layanan Gomart telah bekerja sama dengan berbagai toko untuk menyediakan beragam produk lengkap yang dibutuhkan oleh pengguna.
- g) Bentuk konotasi ikon Gopay Pinjam yaitu kantong uang yang melambangkan kekayaan, harta, dan tabungan serta tali pengikat melambangkan kepercayaan dan keamanan. Warna biru pada kantong sering diterapkan pada layanan yang berhubungan langsung dengan publik atau masyarakat. Hal ini karena warna biru melambangkan profesional, integritas, dan tanggung jawab. Konotasi ini memberikan kesan bahwa layanan Gopay Pinjam memberikan kemudahan dalam melakukan pinjaman uang online dan memastikan proses pinjaman aman dan dapat dipercaya.
- h) Bentuk konotasi ikon Gotagihan yaitu dokumen pembayaran atau tagihan yang dikonotasikan sebagai bentuk tanggung jawab atau kewajiban untuk melunasi tagihan dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Secara konotatif simbol petir tidak hanya melambangkan energi listrik, tetapi juga dapat dikonotasikan sebagai suatu peringatan atau pemberitahuan untuk segera membayar tagihan.
- i) Bentuk konotasi ikon Gogive memunculkan konotasi gestur tangan memberikan sebuah hati yang dikonotasikan sebagai bentuk kepedulian antar sesama. Simbol hati menggambarkan kasih sayang, rasa cinta, dan kebahagiaan. Hal ini memberikan kesan bahwa layanan Gojek turut berperan aktif dalam menebar kebahagiaan dan kebaikan untuk membantu sesama. Hal tersebut sejalan dengan misi Gojek, yaitu meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.

Bentuk konotasi pada desain grafis aplikasi Gojek berperan sebagai makna tambahan yang melengkapi makna denotasi. Makna ini menciptakan nilai atau konsep baru dari suatu tanda, membuka pemahaman yang lebih mendalam, dan membuat desain grafis aplikasi Gojek kaya akan makna yang ingin disampaikan kepada pengguna aplikasi.

3. Mitos

Mitos merupakan sistem komunikasi yang berfungsi sebagai pesan dan merupakan pengembangan dari konotasi. Mitos bukanlah sekadar konsep atau ide, melainkan cara pemberian makna terhadap suatu tanda. Mitos adalah hal-hal yang telah lama terbentuk di masyarakat dan diyakini sebagai kebenaran, meskipun kebenarannya tidak dapat dibuktikan. Mitos yang berkembang dalam desain grafis aplikasi Gojek berkaitan dengan hal-hal yang telah dipercayai oleh masyarakat seperti simbol cinta untuk menyatakan rasa kasih sayang, warna hijau melambangkan driver goride, gambar mobil melambangkan perasaan bahagia dan kenyamanan, simbol panah ke atas merupakan petunjuk untuk posisi sebuah kotak, sendok dan garpu menjadi simbol tata krama dan kesopanan, Gestur ibu jari ke atas atau thumbs up sebagai bentuk untuk menyatakan pujian, persetujuan atau dukungan, keranjang belanja melambangkan status sosial seseorang, kantong uang melambangkan kekayaan, harta, dan tabungan, warna kuning merupakan warna satu-satunya petir. Mitos-mitos ini menjadi bagian dari cara masyarakat memahami dan menginterpretasikan simbol-simbol dalam kehidupan sehari-hari.

4. Bentuk

Dalam desain grafis bentuk merupakan elemen yang sangat penting dalam membangun identitas visual, menyampaikan pesan, dan dapat menambah daya tarik visual pada desain. Dalam aplikasi Gojek, ikon layanan ditampilkan dalam bentuk tiga dimensi. Bentuk tiga dimensi adalah objek visual yang memiliki tinggi, panjang, lebar dan bayangan sehingga membuatnya tampak memiliki volume dan ruang. Hal ini memberikan tampilan ikon layanan Gojek tampak lebih nyata dan hidup, sekaligus menunjukkan bahwa aplikasi Gojek terus berinovasi dalam menampilkan desain yang menarik dan intuitif dalam menyampaikan pesan.

5. Warna

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (2024), warna merupakan kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang mengenainya. Menurut Goethe warna dibagi menjadi dua kategori, yaitu warna positif dan warna negatif. Warna positif adalah warna yang cerah seperti Kuning, Merah-Kuning, Kuning-Merah, yang sering dikaitkan dengan semangat dan ambisius sedangkan warna negatif adalah Biru, Biru-Merah, Merah-Biru, yang melambangkan gelisah, rentan, dan cemas. Sedangkan, itten membagi kategori pengelompokkan warna menjadi hangat dan dingin untuk menjelaskan interaksi antar warna dan dampaknya secara fisik dan psikologis manusia. Warna hangat seperti merah dan kuning memberikan kesan semangat dan ceria, sementara warna dingin seperti

warna biru dan hijau, memberikan kesan tenang dan menenangkan. Dalam desain grafis aplikasi Gojek, semua ikon fitur layanan diklasifikasikan ke dalam kategori, dan setiap kategori diberikan warna yang berbeda. terdapat tiga warna utama dalam desain grafis aplikasi Gojek yaitu hijau, merah, dan biru.

- a) Warna hijau pada kategori layanan Transportasi dan logistik yang mencakup fitur layanan Goride, Gocar, dan Gosend. Warna hijau memberikan kesan tenang, damai, dan pertumbuhan terkait dengan kehidupan yang baru dan pembaharuan.
- b) Warna merah dalam kategori layanan makanan dan retail yang mencakup fitur layanan Gofood, Goshop, dan Gomart. Warna merah memberikan kesan gairah, semangat, energi, dan perayaan
- c) Warna biru dalam kategori layanan Pembayaran yang mencakup fitur layanan Gopay Pinjam, Gotagihan, dan Gogive. Warna biru memberikan kesan kepercayaan, professional, dan simbol kekuatan.

6. Tipografi

Tipografi adalah seni mengatur bentuk huruf, ukuran, ketebalan garis, jarak antara huruf, dan ruang antara huruf untuk membuat hasil yang mudah dibaca dan menarik secara visual. Tipografi sangat penting dalam desain grafis karena tidak hanya sebagai estetika visual tetapi juga memastikan kejelasan pesan yang ingin disampaikan. Huruf atau font dalam tipografi dibagi menjadi lima jenis yaitu serif, sans serif, script, monospaced, dan display. Dalam desain grafis aplikasi Gojek, Tim desainer menggunakan jenis font sans-serif yaitu Maison Neue. Font ini tersedia dalam lima ketebalan yaitu ringan (*light*), tipis (*book*), sedang (*medium*), sedikit tebal dan tebal (*demi and bold*). Dari segi desain font ini tampil dengan minimalis, elegan, profesional, dan modern sehingga font ini dapat disesuaikan dengan desain apapun seperti merek, logo, situs web ataupun tampilan aplikasi, karena sifat nya yang mudah dibaca dan menarik secara visual.

KESIMPULAN

1. Denotasi

Terdapat sembilan makna denotasi dari sembilan ikon yang diteliti, yaitu pengemudi motor dengan jaket dan helm berwarna hijau, mobil berwarna hijau, sebuah kotak barang atau paket berwarna hijau dengan simbol panah keatas berwarna kuning, sendok dan garpu berwarna merah, keranjang belanja berwarna merah, gestur ibu jari keatas dengan elemen grafis seperti ledakan ditengah nya, kantong uang berwarna biru yang terikat dengan tali, kertas tagihan atau pembayaran berwarna biru dengan simbol petir ditengah nya, dan gestur tangan yang sedang memberikan sebuah hati berwarna biru. Setiap ikon pada layanan aplikasi Gojek memiliki makna denotasi didalamnya. Karena makna denotasi pada ikon adalah makna yang langsung terlihat oleh mata dan menggambarkan tentang kondisi sebenarnya.

2. Konotasi

Sama seperti denotasi terdapat sembilan makna konotasi yaitu, denotasi pengemudi motor dengan jaket dan helm berwarna hijau dikonotasikan sebagai pengemudi atau driver goride sementara helm dan jaket dikonotasikan sebagai bentuk profesionalitas dan keamanan dalam berkendara, denotasi mobil berwarna hijau dikonotasikan sebagai rasa nyaman, privasi, dan perasaan bahagia, denotasi kotak barang atau paket berwarna hijau dengan simbol panah keatas berwarna kuning dikonotasikan sebagai bentuk keamanan barang didalam nya dan simbol panah keatas menunjukkan posisi kotak, denotasi sendok dan garpu berwarna merah dikonotasikan sebagai makanan atau hidangan utama, denotasi keranjang belanja berwarna merah dikonotasikan sebagai aktivitas belanja di toko-toko besar, denotasi gestur ibu jari keatas dengan elemen grafis seperti ledakan ditengah nya melambangkan pujian, persetujuan, dan untuk menyatakan rasa puas sementara elemen grafis dikonotasikan untuk menarik perhatian visual, denotasi kantong uang berwarna biru yang terikat dengan tali dikonotasikan sebagai kekayaan, harta, dan tabungan serta tali pengikat melambangkan kepercayaan, denotasi kertas tagihan atau pembayaran berwarna biru dengan simbol petir ditengah nya dikonotasikan sebagai bentuk tanggung jawab atau kewajiban dan simbol petir sebagai bentuk peringatan nya, denotasi gestur tangan yang sedang memberikan sebuah hati berwarna biru dikonotasikan sebagai bentuk kepedulian antar sesama. Makna konotasi adalah makna yang terkandung didalam ikon. Makna ini memperkuat identitas ikon dari makna denotasi dan membuka pesan didalamnya yang ingin disampaikan melalui ikon.

3. Mitos

Berdasarkan analisis semiotika, mitos tercipta ketika makna konotasi berubah menjadi tanda yang dipercayai kebenarannya oleh masyarakat. Makna mitos pada ikon layanan aplikasi Gojek merupakan hasil dari makna denotasi dan konotasi, dimana makna konotasi memunculkan mitos. Mitos dari ikon layanan Gojek merupakan mitos yang berkembang dikalangan masyarakat dan telah dipercayai oleh masyarakat seperti simbol cinta untuk menyatakan rasa kasih sayang dan sendok dan garpu menjadi simbol tata krama dan kesopanan. Setiap ikon Gojek mengandung mitos sebagai tanda yang membentuk makna baru di balik simbol dan gambar.

Berdasarkan makna denotasi, konotasi, dan mitos diatas dapat disimpulkan bahwa tampilan desain grafis berupa ikon layanan aplikasi Gojek merupakan sebuah ikon yang baik dan efektif yang dapat menggambarkan fungsi ikon dengan gambar atau tanda-tanda yang menarik secara visual dan mudah untuk dipahami oleh pengguna aplikasi Gojek.

DAFTAR PUSTAKA

- Anslem S. (2013) dkk diterjemahkan oleh muhammad shodiq dan imam muttaqien, *dasar-dasar penelitian kualitatif tatalangkah dan teknik-teknik teoritisasi data, nana sudjana, penelitian dan penilaian* (Bandung: sinar baru,1989), hal.84. (yogyakarta: pustaka pelajar) hal. 4
- Burhan & Kriyantono. (2022). *Komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: kencana, hlm. 62
- Chaysalina, I., & Nadya, N. (2022). Analisis Poster Film “the Boys in the Striped Pajamas (2008)” Menggunakan Pendekatan Semiotika Roland Barthes. Titik Imaji, 5(1), 69–76. <https://doi.org/10.30813/.v5i1.3516>
- Dewi, A. K. (2010). Semiotika Bagian 1. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar
- Helfand, J. (2001). Screen: Essays on Graphic Design, New Media, and Visual Culture. Princeton Architectural Press.
- KKBI Daring (online), 2004. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses tanggal 25 Maret 2025
- Kusumarini, Y. (2006). Teori Semiotic. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Landa, R. (2010). Graphic Design Solutions (BPA) 4th edition. Wadsworth. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/299430955_Graphic_Design_Solutions_4e
- Susilawati, a. (2023). Meningkatkan prestasi belajar siswa kelas ixa pelajaran pendidikan kewarganegaraan melalui model pembelajaran mind mapping di mtsn 4 gunungkidul. Strategy: jurnal inovasi strategi dan model pembelajaran, 3(2), 156-163.
- Usman, c. I. (2018). Konsep diri anak yang tinggal di panti asuhan muhajirin padang. Kopasta: journal of the counseling guidance study program, 5(1).
- Vera, Nawiroh. (2022). Semiotika dalam Riset Komunikasi. Depok: Penerbit Raja Grafindo. h.35
- Yonatan Agnes Z. (2023). “Mengapa Orang Indonesia Memilih Transportasi Online?”. Goodstats. 16 Oktober 2024, Mengapa Orang Indonesia Memilih Transportasi Online? - GoodStats