

## ANALISIS PERBANDINGAN LOGO X DAN TWITTER DENGAN PENDEKATAN SEMIOTIKA

Rini Nurchoiq<sup>1</sup>, M. Adi Sukma Nalendra<sup>2</sup>, D. O. D Ridwan Gucci<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, <sup>3</sup>Teknik Industri, Institut Teknologi Batam

Jl. Tiban Baru, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau

<sup>1</sup>[2123054@iteba.ac.id](mailto:2123054@iteba.ac.id), <sup>2</sup>[adisukma@iteba.ac.id](mailto:adisukma@iteba.ac.id), <sup>3</sup>[dinda@iteba.ac.id](mailto:dinda@iteba.ac.id)

### Abstrak :

Analisis semiotika perbandingan logo X dan logo Twitter. Dalam tulisan ini ini, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna ikon, indeks, dan simbol yang terdapat pada logo X dan logo Twitter. Selain makna, penulis ingin mengetahui nilai-nilai apa yang diemban oleh masing-masing logo, Twitter maupun X. Penulis juga ingin mengetahui apa yang terjadi dengan respon masyarakat dengan adanya perubahan logo Twitter ke X. Penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan semiotika. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang makna logo X dan logo Twitter dari perspektif semiotika.

**Kata kunci:** Semiotika, Komunikasi, Logo X, Logo Twitter, Perbandingan

### Abstract :

*It is about the comparative semiotic analysis of X logo and Twitter logo. In this paper, the purpose of this research is to find out the meaning of icons, indexes, and symbols contained in the X logo and Twitter logo. In addition to the meaning, the author wants to know what values each logo, Twitter and X, carries. The author also wants to know what happened to the public's response to the change of the Twitter logo to X. The author uses a descriptive qualitative method with a semantic approach. The author uses a descriptive qualitative method with a semiotic approach to find out these points. In this research, the author will compare the meaning of icons, indexes, and symbols in the X logo and Twitter logo. This research is expected to provide a deeper understanding of the meaning of the X logo and Twitter logo from a semiotic perspective.*

**Keywords:** *article, guide, journal, scientific (calibri, italic, 11pt)*

## **LATARBELAKANG**

Logo adalah simbol grafis yang digunakan oleh perusahaan atau institusi untuk mewakili identitas mereka. Logo dapat berupa kombinasi gambar, kata, dan elemen desain lainnya yang memiliki arti dan makna tertentu. Logo adalah aspek penting dalam membangun citra dan daya tarik perusahaan, karena membantu membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Melalui logo, visi dan misi perusahaan dapat tersampaikan kepada publik dengan jelas. Logo yang dirancang dengan baik akan mencerminkan nilai, tujuan, dan fokus dari sebuah perusahaan. Logo yang selaras dengan visi dan misi perusahaan akan membantu membangun kesadaran merek dan mengomunikasikan pesan yang diinginkan kepada target pasar.

Identitas perusahaan adalah ciri khas yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Logo adalah elemen penting dalam membangun identitas. Logo yang unik, konsisten, dan mudah diingat dapat membantu menciptakan citra yang kuat bagi perusahaan. Logo yang baik memberikan identitas sehingga memudahkan publik untuk mengenali dan mengingat perusahaan tersebut. Sebagai sebuah karya seni, logo tidak bisa lepas dari elemen-elemen dasar seni yang membentuknya, seperti garis, bentuk, warna, ruang, tipografi, dan lain-lain. Seperti yang dikatakan oleh John Murphy,

*“The successful designer of trademarks and logos needs to have basic intellectual and draftsmanship skills in addition to a sensitivity to the aesthetic elements of design.”*

Ini berarti, bahwa perancang logo dan merek dagang yang sukses perlu memiliki keterampilan menggambar dasar dan memiliki kemampuan intelektual dalam kaitannya dengan kepekaan terhadap estetika desain. Bagian ini menyajikan secara ringkas elemen-elemen yang membentuk

sebuah logo, termasuk garis, bentuk, warna, dan tipografi (Murphy & Rowe, 1998).

Elemen-elemen yang membentuk sebuah logo berfungsi sebagai titik referensi untuk desain, menjadikannya karakteristik unik dari logo tersebut. Elemen-elemen tersebut meliputi garis, bentuk, warna, dan tipografi. Ketika keempat elemen ini digabungkan secara kohesif, mereka dapat menghasilkan logo yang estetis. Logo yang estetis dapat mudah diingat, jika sebuah logo tidak mudah diingat, maka logo tersebut gagal menciptakan pengalaman yang nyaman bagi audiensnya. Ketiga elemen yang telah disebutkan di atas dapat menjadi faktor pembeda, terutama dalam hal bentuk. Bentuk adalah faktor pembeda utama yang dapat digunakan dalam membuat logo. Audiens biasanya mengenali bentuk sebagai ciri khas sebuah logo. Oleh karena itu, sebuah logo sebaiknya menggunakan bentuk yang unik dan belum pernah digunakan oleh logo lain, terutama logo yang sudah terkenal dan memiliki ciri khas tersendiri.

Elemen warna memainkan peranan penting di dalam pembuatan sebuah logo. Kebanyakan warna memiliki makna psikologi yang terkait dengan logo yang dibuat. Selain itu, warna juga dikaitkan dengan keberuntungan perusahaan berdasarkan prinsip *feng shui*. Dalam pembahasan ini akan membahas tentang warna secara singkat dan cara penggunaannya dalam pembentukan logo.

Objek penelitian ini adalah logo X, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter. Logo yang digunakan oleh perusahaan ini adalah kontradiksi, karena logo Twitter sebelumnya menampilkan gambar hewan (burung) dengan warna biru lembut, sedangkan logo baru menampilkan huruf kapital X dengan latar belakang hitam gelap. Penulis membandingkan kedua logo tersebut berdasarkan elemen-elemen logo, seperti warna dan bentuk logo yang digunakan, untuk mengetahui perbedaan yang signifikan antara keduanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan bentuk, warna, makna simbol, dan hubungan simbol dengan produk antara logo X dan logo Twitter dengan menggunakan pendekatan semiotika. Pendekatan semiotika akan digunakan untuk menganalisis simbol-simbol dalam logo X dan logo Twitter.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian kualitatif deskriptif adalah pendekatan yang menekankan kepada pemahaman mendalam mengenai arti dari sebuah logo, dengan mengamati logo tersebut dalam berbagai aspek. Metode kualitatif deskriptif dipilih karena memungkinkan analisis mendalam terhadap arti dari warna, simbol dan unsur pada logo Twitter dan X yang merupakan elemen penting dari studi ini. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis pribadi menggunakan studi komparasi untuk memahami makna dari kedua logo yang dibandingkan.

Pendekatan teknik pertanyaan 5W + 1H yang digunakan dalam penelitian ini efektif untuk menganalisis makna dari unsur-unsur logo Twitter dan X. Pendekatan ini melibatkan serangkaian pertanyaan yang membantu mengungkap informasi penting dalam suatu topik. Pertanyaan ini meliputi:

What: Apa makna dari unsur-unsur logo Twitter dan X?

Where: Di mana dapat didapatkan logo Twitter dan X?

When: Kapan logo dari kedua aplikasi Twitter dan X pertama kali ditampilkan?

Who: Siapa target dari aplikasi Twitter dan X?

Why: Mengapa unsur-unsur tersebut digunakan dalam aplikasi Twitter dan X?

How: Bagaimana perasaannya melihat logo dari aplikasi Twitter dan X?

Analisis simbolik melalui pendekatan semiotika berguna untuk mengidentifikasi makna yang terkandung dalam simbol- simbol tersebut dan memahami bagaimana simbol-simbol tersebut berhubungan dengan produk dan layanan yang direpresentasikan. Metode ini melibatkan mengumpulkan data tentang logo, melakukan deskripsi visual dari logo, serta melakukan analisis makna dan hubungannya dengan produk dan layanan yang bersangkutan.

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana logo dapat digunakan untuk membangun identitas merek dan komunikasi visual yang efektif dengan khalayak.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Sebelum masuk ke dalam pembahasan mendalam, penulis akan menjawab dan membahas pertanyaan dari 5W+1H yang dipaparkan pada metode penelitian di atas. Pada pertanyaan *What* (apa), penjelasan singkatnya adalah logo Twitter berfokus pada kebebasan, sementara logo X berfokus pada keekstreman dan eksperimental, hal ini akan dijelaskan lebih mendetail pada pembahasan berikutnya. Pada pertanyaan *Where*, penulis mendapatkan kedua perbedaan pada operasi sistem iOS dan Android, di mana pada logo pada operasi iOS, logo tidak memiliki *grain* putih, sementara pada operasi sistem Android, background logo X memiliki *grain* putih yang kontras.



Gambar 1. Logo baru platform X, ex Twitter  
Sumber: X, 2024

Pertanyaan *When* dapat dijawab dengan melihat sejarah bahwa Twitter dan logonya pertama kali ditampilkan pada tahun 2010, dengan sebelumnya menggunakan logo gabungan antara balon warna hijau dan kata “twtr” pada selang tahun 2005-2006, lalu pada tahun 2006-2010, berubah menjadi berwarna biru dan menggunakan kata lengkap “twitter” Logo X sendiri pertama kali muncul pada tahun Juli 2023 setelah Elon Musk membeli perusahaan Twitter.



Gambar 2. Logo Lama Twitter sebelum rebranding  
Sumber: X, 2024

Pertanyaan selanjutnya, *Who*, tertulis pada peraturan syarat dan ketentuan pengguna, bahwa yang menggunakan sosial media X adalah yang berusia di atas 13 tahun, namun tidak menutup kemungkinan bahwa ada banyak pengguna yang berusia di bawah 13 tahun. Sementara pada platform Twitter, batas umur pengguna adalah 18 tahun.

Kemudian, pada pertanyaan *Why*, unsur-unsur yang digunakan pada kedua platform menjalani visi dari motto kedua logo, untuk logo X, dengan pemilik baru Elon Musk, X berfokus pada eksperimen dan keekstriman yang berjalan di bawah kepemimpinan beliau. Sementara Twitter, berfokus pada kebebasan dan efisiensi dengan visi yang dimilikinya dahulu.

Pertanyaan terakhir pada *How*, penulis merasakan bahwa logo Twitter cocok dan sejalan sesuai visi yang diusung. Artinya penulis merasakan adanya kenyamanan dan identitas pengguna Twitter dikarenakan logo yang menggambarkan kebebasan sangat teraplikasikan pada aplikasi Twitter, hal tersebut tidak dapat dipisahkan dari pengalaman penulis menggunakan aplikasi Twitter selama kurang lebih 7 tahun.

Penulis juga sangat menyukai konsep yang dimiliki pada Twitter di mana logo burung yang dimiliki itu adalah hasil dari telur yang pecah ketika pengguna baru daftar ke aplikasi tersebut. Sementara perasaan penulis ketika menggunakan aplikasi X adalah berbanding terbalik dengan apa yang dirasakan dengan menggunakan aplikasi Twitter. Dengan huruf X besar, penulis merasakan bahwa aplikasi tersebut adalah aplikasi ilegal yang berisikan hal-hal tidak senonoh dikarenakan korelasi huruf X dengan hal tersebut. Tidak hanya logo, namun juga segala warna dan tema yang digunakan, mulai dari biru muda yang bersahabat diganti dengan hitam dan putih yang ekstrim.

Pendekatan semiotika dalam analisis logo melibatkan pemahaman yang mendalam dan penggunaan prinsip-prinsip semiotika yang kompleks untuk mengungkap makna simbolik dalam logo tersebut. Proses ini melibatkan studi tanda-tanda, konteks sosial, budaya, dan historis yang relevan. Analisis semiotika juga melibatkan pengamatan elemen visual, warna, bentuk, dan komposisi dalam logo dan bagaimana semuanya berinteraksi untuk menyampaikan pesan yang kuat. Pendekatan semiotika

dalam analisis logo membantu mengungkap lapisan-lapisan makna komprehensif dalam logo dan memahami pesan yang ingin disampaikan. Ini adalah metode yang intensif dan memberikan wawasan berharga tentang logo di sekitar kita.

Logo X dan Twitter dipilih untuk penelitian semiotika karena mereka sangat menarik dan memiliki makna yang dalam. Logo X adalah simbol merek yang kuat yang mewakili kekuatan dan inovasi perusahaan. Logo Twitter menggambarkan kebebasan, interaksi, dan konektivitas melalui gambar burung yang terbang dan sayap. Dengan menggunakan semiotika, kita dapat memeriksa pengaruh logo-logo ini terhadap persepsi dan sikap masyarakat serta memahami makna mereka dalam konteks sosial dan budaya.

Logo X merupakan logo yang terdiri dari beberapa elemen simbolik. Melalui pendekatan semiotika, logo ini dapat dianalisis dan diinterpretasikan untuk mengungkap makna yang mendasarinya. Analisis terhadap logo akan mencakup deskripsi logo, makna simbolik dari elemen-elemen logo, dan hubungan antara simbol-simbol tersebut dengan produk atau jasa yang diwakili oleh logo tersebut.

Logo X memiliki bentuk dasar yang terdiri dari lingkaran dengan garis diagonal yang memotong lingkaran secara horizontal. Di tengah lingkaran terdapat huruf "X" yang dicetak tebal. Warna yang digunakan dalam logo adalah hitam dan putih, dan desainnya minimalis dan lugas.

Simbol-simbol dalam Logo X dapat dijelaskan melalui berbagai aspek. Garis diagonal yang memotong lingkaran dapat merepresentasikan perubahan, sedangkan lingkaran yang melingkupi huruf "X" dapat melambangkan persatuan dan kesempurnaan. Huruf "X" sendiri dapat memiliki berbagai arti, seperti "ekstrim" atau "eksperimental". Kombinasi warna hitam dan putih juga dapat menyampaikan kontras dan kesederhanaan.





Gambar 3. Logo X diaplikasikan dalam bentuk Icon lingkaran  
Sumber: X, 2024

Simbol-simbol dalam Logo X terkait dengan produk atau layanan yang diwakilinya. Garis diagonal yang mewakili perubahan dapat merujuk pada inovasi dan pengembangan yang ditawarkan oleh perusahaan. Lingkaran yang melingkupi huruf "X" dapat mewakili perlindungan, kepercayaan, dan konsistensi yang ditawarkan perusahaan kepada kliennya. Huruf "X" yang mewakili "ekstrem" atau "eksperimental" dapat menggambarkan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan unik atau berkualitas luar biasa.

Logo Twitter merupakan salah satu logo yang cukup dikenal di media sosial. Dalam analisis perbandingan, logo Twitter memiliki beberapa makna dan interpretasi yang menarik untuk dibahas. Logo ini menggunakan bentuk burung dengan sayap yang membentuk garis melengkung. Makna dari burung ini dapat diinterpretasikan sebagai simbol kebebasan dan keterhubungan.



Gambar 4. Logo Twitter lama dalam bentuk Icon lingkaran  
Sumber: X, 2024

Selain itu, warna biru yang digunakan juga memiliki makna yang dapat diinterpretasikan sebagai keterpercayaan, ketenangan, dan kestabilan. Dalam hal perbedaan, logo Twitter memiliki perbedaan dengan logo X dalam segi simbol-simbol yang digunakan. Pengaruh dari logo Twitter terhadap citra mereknya sangatlah penting, karena logo yang dapat memberikan makna dan interpretasi yang baik dapat memperkuat citra merek Twitter di mata pengguna

Hasil analisis terhadap logo X dan Twitter, ditemukan beberapa kesamaan dan perbedaan makna simbolik antara keduanya. Logo X menampilkan simbol unik yang menggambarkan kemajuan, inovasi, dan keteguhan. Simbol ini mengandung makna yang abstrak namun mencerminkan karakteristik perusahaan tersebut. Sementara itu, logo Twitter menggunakan simbol burung biru yang melambangkan kebebasan, komunikasi, dan interaksi sosial. Meskipun keduanya memiliki perbedaan simbolik, keduanya sama-sama mengkomunikasikan nilai-nilai dan identitas perusahaan mereka dengan jelas melalui logo mereka.

Kesamaan dan perbedaan makna simbolik antara logo X dan Twitter dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan semiotika. Melalui semiotika, simbol-simbol yang terdapat dalam kedua logo dapat diinterpretasikan untuk memahami makna yang ingin disampaikan.

Kesamaan yang dapat ditemukan adalah penggunaan simbol burung, di mana burung dalam kedua logo memiliki makna yang sama, yaitu kebebasan, komunikasi, dan cakrawala yang luas. Namun, terdapat perbedaan dalam bentuk simbol dan penggunaan warna. Logo X menggunakan simbol X dengan garis-garis yang tegas dan warna putih yang mengesankan kontras dan kesederhanaan. Sedangkan logo Twitter menggunakan bentuk burung yang lebih abstrak dan warna biru yang memberikan kesan kebebasan, kepercayaan, dan kesolidan. Dengan menggunakan semiotika, analisis perbandingan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana penggunaan simbol dan warna dalam logo dapat mempengaruhi makna dan identitas visual suatu merek.

Bentuk dan warna dalam logo memiliki dampak yang signifikan terhadap identitas visual suatu perusahaan atau organisasi. Penulis menganalisis perbandingan antara logo X dan Twitter untuk mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen ini mempengaruhi persepsi pengguna terhadap dua merek tersebut. Bentuk logo X yang sederhana dan minimalis memberikan kesan kekuatan dan profesionalisme, sementara logo Twitter yang lebih ramai dan berbentuk burung menciptakan kesan yang lebih ceria dan ramah. Dalam hal warna, logo X menggunakan warna biru yang mencerminkan kepercayaan, kestabilan, dan teknologi, sedangkan Twitter menggunakan warna biru cerah yang menunjukkan keceriaan, kreativitas, dan komunikasi.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa bentuk dan warna dalam logo memiliki peran penting dalam membangun identitas visual sebuah merek dan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap merek tersebut

## **SIMPULAN**

Logo adalah lambang visual yang merepresentasikan suatu entitas atau perusahaan. Dalam analisis perbandingan logo X dan Twitter, ditemukan bahwa logo X memiliki bentuk yang simpel dan minimalis dengan menggunakan warna hitam dan putih yang kontras. Bentuk X pada logo tersebut memiliki makna sebagai simbol keterhubungan, dimana dua garis yang saling berpotongan merepresentasikan dua elemen yang bergabung menjadi satu. Sementara itu, logo Twitter menggunakan karakter burung dengan sayap terbuka yang merepresentasikan kebebasan dan keterhubungan

Secara keseluruhan, analisis perbandingan logo X dan Twitter dengan pendekatan semiotika memperlihatkan perbedaan makna dan karakteristik yang dimiliki oleh kedua logo tersebut. Meski keduanya memiliki kesan yang simpel dan efektif dalam menyampaikan pesan, logo X lebih menekankan pada aspek

keterhubungan dan kekuatan, sementara logo Twitter lebih menonjolkan kebebasan dan dinamika.

Oleh karena itu, penggunaan logo X mungkin lebih cocok untuk perusahaan atau merek yang ingin menampilkan citra yang lebih misterius atau eksklusif. Namun, Twitter dengan logo yang sederhana dan mudah diidentifikasi juga cocok untuk merek yang ingin terlihat transparan dan mudah diakses. Kedua, analisis semiotika dapat membantu perusahaan dalam memahami bagaimana logo mereka bertindak sebagai pesan dan komunikasi visual kepada audiens mereka, dan dapat memberikan panduan dalam merancang logo yang lebih efektif dan relevan.

Sebagai penutup, direkomendasikan bagi perusahaan atau merek untuk melakukan analisis semiotika terhadap logo mereka untuk memastikan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan mereka. Selain itu, perusahaan juga dapat menggunakan hasil analisis ini sebagai dasar untuk mengembangkan strategi branding yang lebih kuat dan kohesif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Friendly, M. (1988). *Advanced Logo: Diskette*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Gunalan, S., Haryono, H., & Miyarta Yasa, I. N. (2022). Analisis Pemaknaan Dan Tanda Pada Desain Logo GP Mandalika Series. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(01), 212-219.
- Halliday, J. (2010). Gap scraps logo redesign after protests on Facebook and Twitter. *The Guardian*, 12.
- Handayani, F., & Nuzuli, A. K. (2021). Analisis Semiotika Logo Dagadu. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah*, 3(1), 58-72.
- Jupriani, J. (2021). Analisis Semiotika Logo Ojek Online "INDO-JEK". *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 11(2), 249-261.

- Juva, B. M. (2023). *ANALISIS SEMIOTIKA LOGO HARI JADI PROVINSI RIAU KE-64 TAHUN 2021* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)
- Khairi, I. (2022). *Analisis Semiotika Logo Duta Wisata Aceh Selatan* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Murphy, J. M., & Rowe, M. (1988). How to design trade marks and logos. (*No Title*).
- Patriansah, M., Sapitri, R., & Nugraha, M. I. (2023). Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Layanan Masyarakat 'Stop Hoax' indosiar. *Artchive: Indonesia Journal of Visual Art and Design*, 4(1), 92-111.
- Putri, M. T., Jamiati, K. N., & Handok, D. (2023). Analisis Semiotika Perbandingan Antara Logo Halal MUI Dengan Logo Halal Baru. *Journal on Education*, 6(1), 7825-7835.
- Setiasih, N. W., & Rini, E. S. (2022). Komparasi Elemen Pembentuk Logo pada Logo KFC dan Logo JFC. *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 25(1), 1-6.
- Sultanatta, C., & Maryam, S. (2018). Analisis Semiotika Logo Brodo Footweardi Media Sosial Twitter (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Wiweka, D. (2012). Mengenal Makna Logo Twitter.