

Rebranding Logo Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dalam Perspektif Semiotika

Faisal Muzzamil^{1*}

¹Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), STAI DR. KHEZ. Muttaqien, Purwakarta.

*e-Mail: faisal@staimuttaqien.ac.id

Received 1 Februari 2026

Revised 10 Februari 2026

Accepted 20 Februari 2026

Available online 26 Februari 2026

Abstrak

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) adalah salah satu Partai Politik di Indonesia yang mencitrakan dirinya sebagai Partai Anak Muda. Pada Kongres dan Musyawarah Nasional (Munas) Kedua yang dilaksanakan pada Juli 2025, PSI mengumumkan perubahan logo barunya. Logo baru tersebut menjadi upaya PSI dalam melakukan rebranding sebagai Partai Politik Anak Muda. Berlatar belakang dari rebranding logo yang dilakukan oleh PSI tersebut, maka penelitian tentang analisis semiotika terhadap logo baru PSI ini bertujuan untuk mengungkap dua entitas berikut, yaitu: (1) Makna Denotasi Rebranding Logo PSI; (2) Makna Konotasi Rebranding Logo PSI. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika yang berlandaskan pada teori tentang elemen semiologi dari Roland Barthes. Berdasarkan hasil analisis semiotika terhadap logo baru PSI, maka didapatkan dua temuan utama dari hasil penelitian ini, yaitu: (1) Ada lima makna denotasi dari rebranding logo PSI yang dilambangkan melalui gambar Gajah, yakni kekuatan, kesetiaan, kemakmuran, pengetahuan dan kebijaksanaan; (2) Ada tiga makna konotasi dari rebranding logo PSI yang terbentuk melalui tiga tanda gambar logo PSI, yakni kepala gajah berwarna merah yang bermakna optimisme, tubuh gajah berwarna hitam bermakna kesetiaan dan solidaritas, serta latar belakang gambar berwarna putih bermakna kesucian dan kejernihan.

Kata Kunci: Rebranding Logo, Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Semiotika Roland Barthes

Abstract

The Indonesian Solidarity Party (PSI) is one of the political parties in Indonesia that portrays itself as a Youth Party. At the Second National Congress and Conference (Munas) held in July 2025, PSI announced its new logo change. The new logo is PSI's effort to rebrand itself as a Youth Political Party. Based on the background of the logo rebranding carried out by PSI, this research on the semiotic analysis of PSI's new logo aims to reveal the following two entities, namely: (1) The Denotative Meaning of PSI's Logo Rebranding; (2) The Connotative Meaning of PSI's Logo Rebranding. This research uses a semiotic analysis method based on Roland Barthes' theory of semiological elements. Based on the results of the semiotic analysis of PSI's new logo, two main findings were obtained from the results of this study, namely: (1) There are five denotative meanings of the PSI logo rebranding symbolized by the image of an elephant, namely strength, loyalty, prosperity, knowledge and wisdom; (2) There are three connotative meanings of the rebranding of the PSI logo which are formed through three PSI logo image symbols, namely the red elephant head which means optimism, the black elephant body which symbolizes loyalty and solidarity, and the white background of the image which means purity and clarity.

Keywords: Logo Rebranding; Indonesian Solidarity Party (PSI); Roland Barthes' Semiotics

PENDAHULUAN

Partai Solidaritas Indonesia (PSI) adalah salah satu Partai Politik (*Political Parties*) yang ada di Indonesia. PSI ini secara resmi lahir dan berdiri pada 16 November 2014 atas gagasan tiga orang inisiator pendirinya, yakni Grace Natalie, Raja Juli Antoni dan Isyana Bagus Oka (Farisa, 2022). Mengutip informasi dari *website* resmi PSI, dapat diketahui bahwa partai ini lahir atas dasar dua DNA utama, yaitu: *kebajikan (anti korupsi)* dan *keragaman (anti intoleransi)* (Partai Solidaritas Indonesia, 2022). Pada awal kemunculannya, PSI ini membawa gagasan dan merepresentasikan kalangan anak muda. Oleh karena itu, PSI ini menjadikan generasi muda sebagai basis kekuatan politiknya dan melakukan pola rekrutmen kader-kadernya dengan memanfaatkan media sosial yang sangat lekat dengan kalangan muda (Naovel & Katimin, 2023). Strategi dan inovasi politik yang diterapkan oleh PSI

terhadap kalangan muda, setidaknya berhasil menarik simpati dan mendapatkan suara dari para pemilih pemula pada Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 (Rohman, 2023). Dalam perjalanan politiknya, hingga saat ini PSI telah mengikuti dua kali Pemilu, yakni pada Pemilu tahun 2019 dan Pemilu tahun 2024.

PSI pada Pemilu 2019, secara resmi mengikuti Pemilu untuk pertama kalinya dan mendapat nomor urut 11. Pada Pemilu 2019 tersebut, PSI hanya memperoleh suara sekitar 2.09 persen di tingkat nasional. Perolehan suara tersebut, menyebabkan PSI tidak berhasil lolos melewati ambang batas parlemen (*parliamentary threshold*) sebesar 4 persen (Wahyudy et al., 2021). Kemudian pada tahun 2024, untuk kedua kalinya PSI mengikuti Pemilu dengan nomor urut 15. Namun untuk kedua kalinya juga PSI tidak lolos melewati ambang batas parlemen karena hanya memperoleh suara sekitar 2.81 persen. Walaupun PSI untuk kedua kalinya tidak lolos ambang batas parlemen, namun secara statistik terjadi peningkatan suara yang diperoleh PSI. Peningkatan suara tersebut, tidak dapat dipungkiri karena peran media sosial yang dimanfaatkan dan digunakan oleh PSI dalam strategi kampanye politiknya (Kuada et al., 2023). Media digital dan media sosial menjadi strategi komunikasi politik dari PSI untuk menyasar dan menjaring pemilih dari kalangan anak muda dan pemilih pemula (Suryadi et al., 2021).

PSI yang membangun *branding* sebagai partai anak muda ini, secara identitas memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dengan partai politik lainnya. Keunikan identitas PSI tersebut, salah satunya dapat dilihat dari logo awal pada saat partai politik ini terbentuk dan berkembang. Logo awal PSI ini didominasi oleh warna yang variatif untuk melambangkan spirit dan energi perubahan yang dibawa oleh kalangan muda. Logo PSI yang unik dan variatif ini menjadi diferensiasi dengan partai politik lain. Entitas logo sendiri, secara personal pada akhirnya menjadi identitas yang melekat pada sebuah realitas, termasuk juga pada PSI. Logo yang ditampilkan oleh PSI ini, pada akhirnya menjadi identitas dari PSI itu sendiri. Membahas tentang Logo PSI yang memiliki diferensiasi dengan logo partai politik lainnya, maka di bawah ini merupakan logo awal Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sejak terbentuknya hingga tahun 2025:



Gambar 1: Logo Awal PSI (Agustin, 2025)

Gambar 1 di atas, merupakan logo resmi dari PSI sejak berdirinya pada tahun 2014 hingga tahun 2025. Logo pada Gambar 1 tersebut, telah digunakan sebagai logo resmi untuk dua kali Pemilu yang diikuti oleh PSI seperti yang telah diuraikan sebelumnya. Membahas lebih lanjut mengenai Logo PSI tersebut, pada tahun 2025 PSI secara resmi mengumumkan logo barunya. Logo baru PSI tersebut dirilis pada saat Kongres dan Musyawarah Nasional (Munas) kedua PSI yang dilaksanakan di Solo, Jawa Tengah. Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan oleh Andy Budiman, Ketua Steering Committee (SC) pada Kongres PSI tersebut, salah satu agenda utama dalam Kongres yang dilaksanakan pada 19-20 Juli 2025 tersebut ialah peluncuran logo baru dari PSI sebagai *rebranding* dan penyegaran identitas

partai. Selanjutnya, Benediktus Papa, Sekretaris SC Kongres, menjelaskan juga bahwa *rebranding* melalui logo baru diharapkan dapat membawa semangat baru terhadap PSI sebagai *partai super terbuka* (Rachman, 2025). Berikut adalah logo baru PSI yang diluncurkan dalam Kongres dan Munas PSI diselenggarakan di Solo pada 19-20 Juli 2025 tersebut:



Gambar 2: Logo Baru PSI (Partai Solidaritas Indonesia, 2025)

Gambar 2 di atas merupakan logo baru PSI yang diluncurkan pada Kongres dan Munas PSI ke-2 di Solo pada Juli 2025. Logo baru seperti yang tampak pada Gambar 2 di atas, menjadi *rebranding* PSI dalam membawa semangat dan energi baru pada kepemimpinan baru pasca Kongres dan Munas tahun 2025. Mengamati logo baru PSI pada Gambar 2 di atas, dan membandingkannya dengan logo awal PSI pada Gambar 1 sebelumnya, maka tampak jelas bahwa ada perbedaan yang signifikan dari kedua logo PSI tersebut. Logo baru sebagai *rebranding* PSI ini, tampak lebih sederhana dibanding dengan logo yang sebelumnya. Komposisi warna yang terdapat pada logo baru sebagai *rebranding* partai anak muda ini tampak lebih minimalis dengan hanya ada dua unsur warna dasar, yaitu hitam dan putih. Distingsi atau perbedaan yang tampak jelas dari logo baru sebagai *rebranding* PSI tersebut, dapat dilihat dari gambar utama logo baru tersebut. Pada logo sebelumnya, PSI menggunakan gambar tangan yang sedang mengepal bunga sebagai logonya, sedangkan pada logo baru sekarang ini, PSI menjadikan gajah sebagai gambar utama pada logonya.

Ada perbedaan yang dominan pada gambar utama dari logo lama dan logo baru PSI tersebut. Perbedaan ini menjadi kontradiksi antara logo lama dan logo baru PSI. Seperti yang sudah diulas di atas, jika logo lama menggunakan gambar tangan dan bunga, sedangkan logo baru menggunakan gambar gajah. Kemudian dari segi bentuk dan warnanya, logo baru PSI ini menjadi lebih sederhana dan minimalis dibanding dengan logo lamanya. Kontradiksi bentuk logo baru PSI dengan logo yang sebelumnya, menjadi entitas yang menarik dan perlu untuk diteliti lebih mendalam. Penelitian mengenai suatu logo yang berupa gambar visual seperti logo baru PSI yang dapat diamati pada Gambar 2 di atas, maka perlu analisis dan kajian semiotika sebagai kerangka teorinya. Oleh karena itu, untuk mengkaji dan meneliti lebih mendalam tentang logo baru yang menjadi *rebranding* PSI, maka digunakanlah analisis semiotika sebagai kerangka teori sekaligus metodologi penelitiannya. Berlandaskan pada kajian semiotika yang menjadi kerangka teori dan metodologi yang digunakan dalam menganalisis logo visual, maka pada tataran operasionalnya, penelitian yang dilakukan ini maka mencoba menganalisis lebih dalam dan membahas lebih luas tentang *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika.

Analisis semiotika terhadap logo baru PSI ini, secara teoretis berlandaskan pada konsep dan teori semiotika dari Roland Barthes. Barthes adalah salah satu tokoh populer dalam bidang semiotika modern. Barthes merupakan ilmuwan dan pemikir yang cukup *concern* pada pengembangan studi semiotika, sekaligus penulis yang produktif. Ada lebih dari 15 judul buku dan esai yang pernah ditulis dan dihasilkan oleh Barthes (Sobur, 2010). Gagasan dan pemikiran Barthes tentang Semiotika, bisa ditelusuri dan dikaji pada suatu buku yang ditulisnya dengan judul *Elements of Semiology* (Barthes, 2012). Buku tersebut hingga saat ini masih menjadi buku rujukan utama (*handbook*) dalam mengkaji dan mempelajari semiotika secara praktis dan aplikatif. Konsep dasar dan teori semiotika yang dikembangkan oleh Barthes dalam buku tersebut, terdiri dari empat elemen berikut, yaitu: *Pertama*, Bahasa dan Tuturan; *Kedua*, Penanda dan Petanda; *Ketiga*, Sintagma dan Sistem; *Keempat*, Denotasi dan Konotasi (Muzzamil, 2025).

Mengacu pada konsep dan teori semiotika Barthes seperti yang telah dipaparkan di atas, maka analisis semiotika terhadap logo baru PSI ini, difokuskan pada elemen yang keempat dalam *element of semiology*, yakni *denotasi* dan *konotasi*. Berlandaskan pada konsep dan teori semiotika Barthes tentang denotasi dan konotasi tersebut, maka analisis semiotika terhadap logo baru PSI ini, bertujuan untuk dapat mengungkap *makna denotasi* dan *makna konotasi* dari *rebranding* logo PSI tersebut. Didasarkan atas tujuan tersebut, maka pembahasan dalam penelitian difokuskan pada dua poin berikut, yaitu: (1) Makna Denotasi Rebranding Logo PSI; (2) Makna Konotasi Rebranding Logo PSI. Penelitian tentang *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika ini, termasuk penelitian baru dan pertama yang dilakukan; karena berdasarkan hasil *literature review* dari berbagai referensi dan literatur, hingga saat ini belum ditemukan hasil penelitian terdahulu yang mengkaji dan menganalisis logo baru Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki *novelty* atau aspek kebaruan. *Novelty* dalam penelitian ini, berada pada objek yang ditelitinya dan teori yang digunakan dalam penelitian. Adapun objek yang ditelitinya ialah logo baru Partai Solidaritas Indonesia (PSI) yang menjadi *rebranding* PSI; sedangkan teori yang digunakan untuk menganalisis logo baru PSI tersebut ialah elemen semiologi dari Barthes.

Demikian itulah latar belakang penelitian, tujuan penelitian dan *novelty* penelitian dalam penelitian tentang *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika ini. Dari uraian di atas, maka ada tiga poin penting yang dapat ditegaskan pada bagian "Pendahuluan" ini, yaitu: *Pertama*, penelitian ini dilatarbelakangi *rebranding* logo baru PSI yang memiliki banyak perbedaan dengan logo PSI sebelumnya; *Kedua*, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna *denotasi* dan *makna konotasi* dari logo baru PSI; *Ketiga*, penelitian ini memiliki *novelty* yang belum dimiliki oleh penelitian terdahulu maupun penelitian lain yang sejenis.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian tentang *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika ini ialah *analisis semiotika*. Metode analisis semiotika dalam suatu penelitian, pada tataran operasionalnya dilakukan melalui enam langkah berikut, yaitu: (1) Menemukan tema yang menarik; (2) Merumuskan permasalahan dan fokus kajian; (3) Memilih teori yang relevan dengan tema yang dikaji; (4) Menentukan teknik analisis data; (5) Membuat kategorisasi data yang telah dianalisis; (6) Menyajikan hasil dan kesimpulan penelitian (Muzzammil, 2023). Mengacu pada enam langkah dalam penelitian yang menggunakan metode analisis semiotika tersebut, maka secara metodologis penelitian tentang *rebranding* logo Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dalam perspektif semiotika ini, dilaksanakan dengan enam langkah berikut:

Pertama, menemukan tema yang menarik. Tema yang menarik untuk dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini adalah *rebranding* PSI melalui logo baru; *Kedua*, merumuskan permasalahan dan fokus kajian. Permasalahan yang melandasi penelitian ini ialah perubahan logo sebagai *rebranding* PSI,

adapun fokus yang dikaji dan dibahas dalam penelitian ini ialah *makna denotasi* dan *makna konotasi* dari logo baru PSI; *Ketiga*, memilih teori yang relevan dengan tema yang dikaji. Teori yang digunakan untuk menganalisis logo baru PSI dalam penelitian ini ialah teori *Elemen Sosiologi* dari Roland Barthes yang difokuskan pada elemen denotasi dan konotasi pada sebuah entitas semiotika; *Keempat*, menentukan teknik analisis data. Analisis data dalam penelitian ini didasarkan pada teknik *analisis data kualitatif*, yaitu dengan cara menganalisis data kualitatif yang relevan dengan logo baru PSI; *Kelima*, membuat kategorisasi data yang telah dianalisis. Data yang telah dianalisis dalam penelitian ini, dikategorikan menjadi dua, yaitu data tentang makna denotasi logo baru PSI dan data tentang makna konotasi logo baru PSI; *Keenam*, menyajikan hasil dan kesimpulan penelitian. Menguraikan hasil analisis semiotika terhadap logo baru PSI dan menyimpulkan tentang makna denotasi dan konotasi *rebranding* logo PSI.

Penelitian tentang *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika ini, seperti yang telah diulas sebelumnya, berlandaskan pada konsep dan teori semiotika yang digagas dan dikembangkan oleh Barthes dalam *Elements of Semiology*. Barthes menyatakan bahwa dalam setiap entitas tanda (*sign*) terdapat sistem pemaknaan (*meaning*) yang dibentuk oleh makna denotasi (*denotative meaning*) dan makna konotasi (*connotative meaning*). Secara teoretis yang dimaksud dengan *denotative* adalah sebuah tanda yang penandanya memiliki tingkat konvensi atau kesepakatan yang tinggi tapi tingkat keterbukaan maknanya rendah; sedangkan *connotative* adalah sebuah tanda yang memproduksi makna secara tersirat (Riwu & Pujiati, 2018). Kemudian jika didefinisikan secara praktis, maka dapat dikatakan bahwa denotasi itu adalah *makna literal*, sedangkan konotasi adalah *makna interpretual* (Budiman, 2011).

Berpijak pada sistem pemaknaan dalam setiap entitas tanda menurut teori *elemen semiotika* yang dikemukakan oleh Barthes tersebut, maka pada tataran praktisnya penelitian ini akan mencoba mengungkap lebih dalam makna denotasi dan makna konotasi logo baru PSI yang menjadi *rebranding* yang dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Penggalan data dan pengungkapan makna *rebranding* logo PSI dengan analisis semiotika ini, secara metodologis dilakukan dengan menggunakan enam langkah dalam penelitian semiotika seperti yang telah dipaparkan sebelumnya. Demikian uraian *Metode Penelitian* dalam penelitian tentang *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika ini. Metode penelitian yang telah diuraikan di atas, menjadi panduan prosedural dalam melakukan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

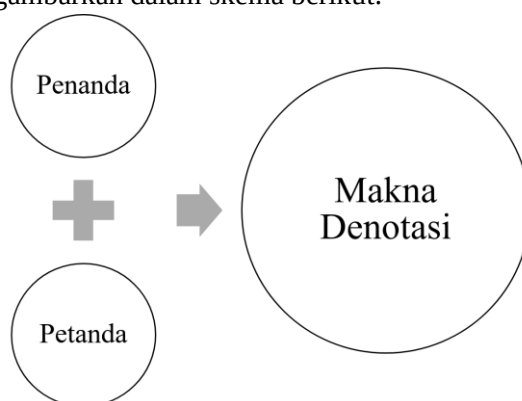
Didasarkan atas hasil analisis terhadap *rebranding* logo Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dengan menggunakan analisis semiotika Barthes, kemudian diperkaya dengan pembahasan yang relevan dengan logo baru PSI tersebut, maka didapatkan beberapa temuan utama (*main finding*) dari penelitian ini. Temuan dalam penelitian ini, secara sistematis diuraikan dalam dua fokus pembahasan, yakni: (1) Makna Denotasi Rebranding Logo PSI; (2) Makna Konotasi Rebranding Logo PSI. Dua fokus pembahasan tersebut, merujuk pada dua tujuan utama yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk mengungkap makna denotasi dan makna konotasi logo baru yang menjadi *rebranding* PSI. Dua fokus pembahasan dari hasil analisis dalam penelitian ini, secara lebih rinci diuraikan sebagai berikut:

Makna Denotasi Rebranding Logo PSI

Pembahasan pertama dari hasil analisis terhadap logo baru PSI ini, ialah mengenai makna denotasi *rebranding* logo PSI. Pembahasan pertama mengenai makna denotasi ini, mengacu pada konsep dan teori semiotika Barthes yang menjelaskan bahwa dalam sesuatu tanda (*sign*) selalu terdapat dua makna yang melekat di dalamnya, yakni makna denotasi (*denotative meaning*) dan makna konotasi (*connotative meaning*). Berlandaskan pada makna yang terdapat dalam suatu tanda tersebut, maka pembahasan pertama dari penelitian tentang *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika ini akan menguraikan temuan-temuan terkait dengan makna denotasi dari logo baru PSI. Makna denotasi ini

sendiri, dalam konteks semiotika Barthes, ialah makna dari tanda yang penandanya memiliki tingkat kesepakatan yang tinggi, sedangkan penafsiran terhadap maknanya rendah. Secara lebih praktis, Budiman dalam *Semiotika Visual* menyebut denotasi dengan makna literal, yakni makna harfiah (arti sesungguhnya) dari sebuah tanda visual yang di dalamnya mengandung *message* atau pesan yang hendak disampaikan.

Makna denotasi dari sebuah tanda, termasuk tanda visual seperti *rebranding* logo PSI, secara teoretis merujuk pada *Elemen Semiologi* dari Barthes, terbentuk dari dua elemen tanda, yakni *penanda* (*signifier*) dan *petanda* (*signified*). Dua elemen tanda tersebut, menjadi pembentuk atau pembangun makna denotasi (arti harfiah) dari suatu tanda (*sign*), termasuk logo baru PSI yang merupakan entitas tanda visual. Untuk mengetahui dan memahami lebih mendalam mengenai *signifier* dan *signified* pada suatu tanda dalam kajian semiotika, bisa merujuk pada beberapa referensi dan literatur seperti *Course in General Linguistic* dari Saussure (1959) dan *Elements of Semiology* dari Barthes (2012). Selain dua buku induk (*handbook*) tersebut, ada juga beberapa hasil riset yang bisa dirujuk untuk memahami lebih dalam mengenai *signifier* dan *signified* ini, diantaranya hasil riset yang dilakukan Efendi et al (2023); Rahmawati et al (2024); Nizwah MZ et al (2024); Adiansyah et al (2023); dan Nofia & Bustam (2022). Dua elemen tanda yang membentuk makna denotasi dalam suatu tanda seperti yang telah diulas tersebut, secara lebih praktis dapat digambarkan dalam skema berikut:



Gambar 3: Pembentukan Makna Denotasi (Muzzamil, 2025)

Gambar 3 di atas, merupakan gambaran dari terbentuknya makna denotasi dari sebuah tanda. Dari Gambar 3 tersebut, dapat diketahui makna denotasi pada sebuah tanda, dibentuk dan dibangun dari dua elemen tanda yang melekat dalam tanda tersebut, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Dari dua elemen tersebut, makna terciptalah makna denotasi dari sebuah tanda. Proses terbentuknya makna denotasi dalam kajian semiotika seperti yang tergambarkan pada Gambar 4 di atas, dapat diaplikasikan juga untuk menganalisis *rebranding* logo PSI. Dengan menggunakan kerangka analisis semiotika dari Barthes ini, maka akan dapat diungkap makna denotasi dari *rebranding* logo PSI yang menjadi objek dalam penelitian ini. Makna denotasi *rebranding* logo PSI yang akan diungkap dengan analisis semiotika ini, secara teoretis dibangun oleh *signifier* dan *signified* yang melekat pada rangkaian tanda yang membentuk logo baru sebagai *rebranding* PSI. Oleh karena itu, pada pembahasan tentang makna denotasi *rebranding* logo PSI ini, akan diuraikan secara sistematis mengenai makna atau arti dari logo baru PSI yang dirilis sebagai *rebranding* logo partai politik terhadap tersebut. Setelah uraian mengenai arti logo baru PSI, maka selanjutnya akan dianalisis dan dipetakan elemen *signifier* dan *signified* dalam logo baru PSI.

Berkenaan dengan makna denotasi *rebranding* logo PSI ini, didasarkan atas hasil penelusuran dan penggalan data tentang logo baru PSI, maka ditemukan beberapa informasi dan fakta mengenai *rebranding* logo PSI ini. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari halaman *website* resmi PSI, ada satu rubrik khusus yang menjelaskan tentang *Logo PSI*. Dalam *website* resmi PSI tersebut, dijelaskan arti dan makna logo baru PSI seperti yang tampak pada Gambar 2 di atas. Berikut adalah informasi yang didapatkan dari halaman *website* resmi PSI tentang logo baru baru sebagai *rebranding* PSI:

Makna Lambang PSI

Gajah adalah simbol kekuatan, yang melambangkan PSI sebagai partai yang menempatkan diri sebagai garda terdepan kekuatan bangsa Indonesia.

Gajah merupakan simbol kesetiaan, konsistensi, dan solidaritas. Dalam setiap derap langkahnya, PSI selalu setia pada Pancasila dan UUD 1945, konsisten dalam memperjuangkan nilai-nilai kebenaran, serta secara aktif mendorong solidaritas nasional untuk kemajuan Indonesia Raya.

Gajah sebagai simbol kemakmuran menyatakan bahwa garis utama perjuangan PSI adalah kemakmuran dan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia. Ujung dari seluruh perjuangan politik PSI adalah kesejahteraan rakyat Indonesia.

Gajah sebagai simbol ilmu pengetahuan menjadi identitas kader PSI, yang setiap gerak langkahnya dipersembahkan untuk kemajuan dan peradaban bangsa Indonesia.

Gajah sebagai simbol kebijaksanaan melambangkan sikap seluruh kader PSI agar dalam menjalankan perjuangan politiknya selalu mendengar, merasakan, dan ikut berjuang langsung bersama rakyat Indonesia. PSI senantiasa menunjukkan keberpihakan pada demokrasi Indonesia yang berkeadilan dan menempatkan rakyat sebagai poros utama kemajuan bangsa.

Gambar 4: Makna Lambang PSI (Partai Solidaritas Indonesia, 2025)

Gambar 4 di atas, merupakan narasi penjelasan logo baru PSI yang diambil dari *website* resmi PSI. Secara lebih lengkap, penjelasan makna logo PSI tersebut dapat diakses melalui <https://psi.id/logo-psi/> pada halaman *website* resmi PSI. Mengamati dari narasi yang terdapat pada Gambar 4 di atas, maka dapat diketahui bahwa logo baru PSI yang berupa lambang dan gambar Gajah tersebut memiliki lima makna utama (*main meaning*), yaitu: (1) Gajah sebagai Simbol Kekuatan; (2) Gajah sebagai Simbol Kesetiaan; (3) Gajah sebagai Simbol Kemakmuran; (4) Gajah sebagai Simbol Pengetahuan; (5) Gajah sebagai Simbol Kebijaksanaan. Menganalisis penjelasan makna lambang dan PSI yang telah dikutip pada Gambar 4 di atas, maka secara praktis logo baru PSI yang berupa lambang atau gambar Gajah ini, memiliki arti dan makna sebagai berikut:

Pertama, logo baru PSI berupa lambang gajah memiliki makna kekuatan. Gajah sebagai simbol kekuatan ini memiliki makna bahwa PSI sebagai partai politik berkomitmen untuk membela dan menjadi garda terdepan dalam mempertahankan kekuatan bangsa Indonesia; *Kedua*, logo baru PSI berupa lambang gajah memiliki makna kesetiaan. Gajah sebagai simbol kesetiaan ini memiliki makna bahwa PSI sebagai partai politik berupaya untuk tetap setia, konsisten dan solid pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 sebagai dasar negara, dan berusaha untuk tetap setia dan konsisten dalam memperjuangkan nilai-nilai kebenaran dan kemajuan Indonesia Raya; *Ketiga*, logo baru PSI berupa lambang gajah memiliki makna kemakmuran. Gajah sebagai simbol kemakmuran ini memiliki makna bahwa PSI sebagai partai politik akan terus berjuang untuk memakmurkan dan mensejahterakan rakyat Indonesia melalui berbagai program yang digagasnya; *Keempat*, logo baru PSI berupa lambang gajah memiliki makna pengetahuan. Gajah sebagai simbol ilmu pengetahuan ini memiliki makna bahwa PSI sebagai partai politik bertanggung jawab untuk melahirkan kader-kader partai yang memiliki ilmu pengetahuan guna untuk memajukan peradaban bangsa Indonesia; *Kelima*, logo baru PSI berupa lambang gajah memiliki makna kebijaksanaan. Gajah sebagai simbol kebijaksanaan ini memiliki makna bahwa PSI sebagai partai politik berprinsip untuk terus mendengarkan, merasakan dan ikut berjuang bersama rakyat.

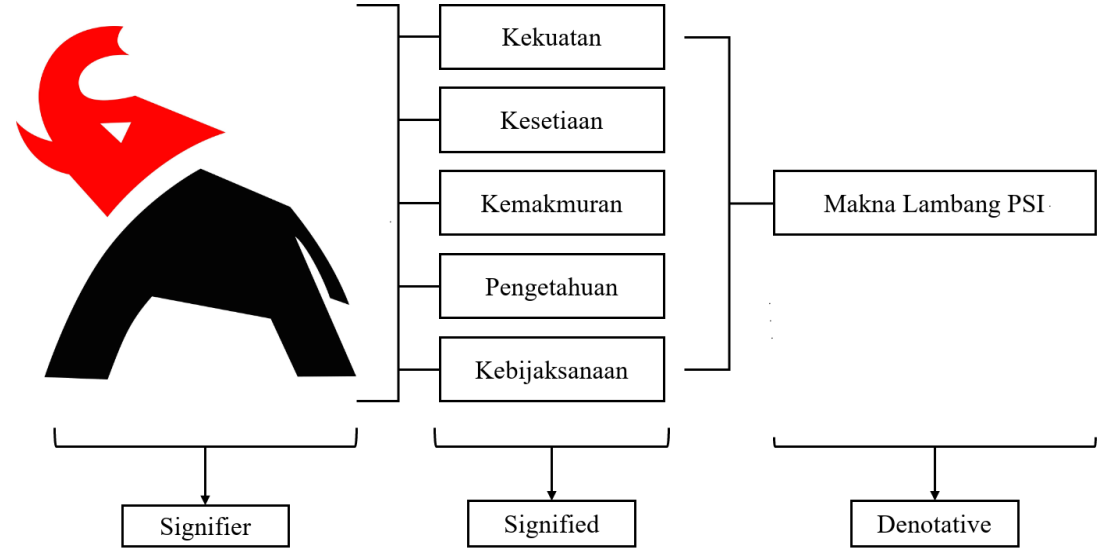
Itulah lima makna yang terkandung dalam lambang gajah sebagai logo baru PSI. Logo baru PSI yang menggunakan lambang gajah tersebut, menjadi *rebranding* dari logo PSI yang sebelumnya merupakan gambar tangan yang mengepal bunga. Lima makna dari lambang gajah logo PSI yang telah dipaparkan di atas, secara semiotik menjadi makna denotasi dari *rebranding* logo PSI. Makna denotasi *rebranding* logo PSI tersebut, dibangun atas elemen penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang berada dalam logo baru PSI. Elemen *signifier* dan *signified* tersebut, melekat pada sebuah *sign* berupa lambang visual berbentuk gajah sebagai logo baru PSI. Dianalisis dengan menggunakan kerangka teori *elemen semiologi* dari Barthes, maka dapat dipetakan elemen penanda dan elemen petanda pada logo baru PSI tersebut. Elemen penanda dan petanda pada logo baru PSI inilah yang secara semiotik membangun dan menciptakan makna denotasi dari *rebranding* logo PSI dengan lambang gajah

sebagai tanda utama (*sign*) pada logo baru PSI tersebut. Berikut adalah pemetaan (*mapping*) dari elemen *signifier* dan *signified* yang menciptakan makna denotasi logo baru Partai Solidaritas Indonesia (PSI):

Signifier	Signified	Makna Denotasi
	Kekuatan	PSI menjadi garda terdepan dalam mempertahankan kekuatan bangsa Indonesia
	Kesetiaan	PSI setia kepada Pancasila dan UUD 45 dalam memperjuangkan nilai-nilai kebenaran dan mendorong solidaritas
	Kemakmuran	PSI memperjuangkan kemakmuran dan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia
	Pengetahuan	PSI menjadikan ilmu pengetahuan sebagai identitas para kadernya dalam melakukan gerakan untuk kemajuan peradaban bangsa
	Kebijaksanaan	PSI berpihak pada demokrasi dan berjuang bersama rakyat serta menempatkan rakyat sebagai poros utama kemajuan bangsa

Gambar 5. Elemen Signifier dan Signified pada Logo PSI (Hasil Analisis, 2025)

Gambar 5 di atas, merupakan hasil pemetaan berbentuk tabel mengenai elemen penanda (*signifier*) dan elemen petanda (*signified*) pada logo baru PSI. Dari *signifier* dan *signified* maka tercipta dan terbangunlah makna denotasi dari logo baru PSI berupa lambang gajah tersebut. Mengacu pada tabel pemetaan makna denotasi Logo PSI seperti yang tampak pada Gambar 5 di atas, maka secara skematis makna denotasi logo PSI dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 6. Proses Terbentuknya Makna Denotasi Logo PSI (Hasil Analisis, 2025)

Mengamati dari proses terbentuknya makna denotasi logo PSI pada Gambar 6 di atas, maka dapat dipahami bahwa makna *denotative* dari logo PSI tersebut dibangun atas elememen *signifier* dan *signified*. Kemudian, dari skema proses terbentuknya makna logo PSI seperti yang digambarkan di atas, dapat diketahui juga bahwa gambar sketsa gajah yang menjadi lambang PSI, merupakan elemen *signifier* dari *rebranding* logo PSI; Adapun lima makna –kekuatan, kesetiaan, kemakmuran, pengetahuan, kebijakan– dari lambang gajah tersebut, merupakan elemen *signified* pada *rebranding* logo PSI. Kedua elemen tersebut, secara semiotik membangun dan membentuk makna denotasi dari logo baru PSI sebagai *rebranding* nilai, prinsip dan visi yang dibawa oleh PSI sebagai partai politik. Makna denotasi

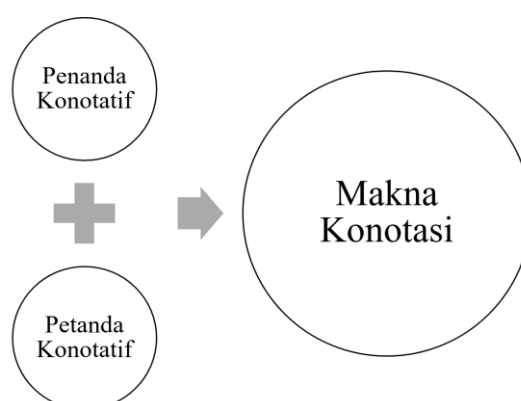
yang dibentuk oleh gambar gajah sebagai *signifier* dan makna dari lambang gajah sebagai *signified* inilah yang pada akhirnya menciptakan *Makna Lambang PSI* yang seperti tampak pada Gambar 4 di atas.

Demikian itulah hasil analisis dan pemetaan elemen semiologi terhadap *rebranding* logo PSI. Menggunakan kerangka teori elemen semiologi dari Barthes, maka dapat dipetakan bahwa makna denotasi (arti literal) yang terkandung dalam logo baru PSI berupa gambar gajah tersebut, dibangun oleh elemen penanda (*signifier*) dan elemen petanda (*signified*) pada logo baru PSI tersebut. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dipetakan pada Gambar 6 di atas, maka dapat diungkap bahwa elemen penanda pada *rebranding* logo PSI tersebut adalah gambar gajah; kemudian elemen petanda pada *rebranding* logo PSI tersebut adalah lima makna yang disimbolkan melalui gambar gajah, yakni kekuatan, kesetiaan, kemakmuran, pengetahuan dan kebijaksanaan. Lima makna yang disimbolkan melalui gambar gajah sebagai elemen penanda dan elemen petanda tersebut, pada akhirnya menciptakan *Makna Lambang PSI* (lihat Gambar 5) yang menjadi makna denotasi dari *rebranding* logo PSI. Mengacu pada hasil analisis yang telah dipaparkan tersebut, maka sampai pada bagian ini ada tiga temuan utama (*main finding*) yang perlu dikemukakan, yaitu: *Pertama*, elemen *signifier* pada *rebranding* logo baru PSI tersebut adalah gambar gajah; *Kedua*, elemen *signified* pada *rebranding* logo baru PSI adalah lima makna yang disimbolkan oleh gambar gajah; *Ketiga*, makna denotasi dari *rebranding* logo PSI mewujudkan dalam *Makna Lambang PSI*.

Makna Konotasi Rebranding Logo PSI

Pembahasan kedua dari hasil analisis terhadap logo baru PSI ini, ialah mengenai makna konotasi *rebranding* logo PSI. Sebelum menguraikan lebih komprehensif hasil analisis dan temuan penelitian mengenai makna konotasi *rebranding* logo PSI, perlu dikemukakan terlebih dahulu secara praktis tentang makna konotasi dalam konteks kajian dan studi semiotika. Makna konotasi atau *connotative meaning* mengacu pada definisi yang diungkapkan oleh Barthes, ialah makna *implicit* (tersirat) yang dihasilkan oleh suatu tanda. Selanjutnya, dalam *Semiotika Visual* (Budiman, 2011) *connotative meaning* atau makna konotasi disebut juga dengan makna *interpretual*, yaitu suatu makna yang memiliki interpretasi atau penafsiran dari suatu sistem tanda. Secara lebih lanjut, Muzzamil (2025) menjelaskan bahwa pada makna konotasi ini terdapat proses yang disebut dengan *sign recipient*, yakni makna suatu tanda dapat ditafsirkan oleh penerima tanda. Merujuk pada proses *sign recipient* tersebut, maka makna konotasi suatu tanda ini memiliki kemungkinan untuk ditafsirkan atau diinterpretasi oleh penerima tanda. Oleh karena itu, makna konotasi dari suatu tanda bisa jadi memiliki korelasi dan relevansi dengan penafsiran yang menerima tanda tersebut. Terakhir ditelusuri dari segi kebahasaannya, dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) istilah “konotasi” artinya adalah *tautan pikiran yang menimbulkan nilai rasa pada seseorang pada saat berhadapan dengan sebuah kata; arti yang ditambahkan pada kata denotasi* (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2023).

Merujuk pada arti praktis dari makna konotasi yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa makna konotasi atau *connotative meaning* ialah arti dan makna pada suatu entitas tanda, gambar, lambang dan objek visual lainnya yang memiliki tingkat penafsiran yang relatif tinggi. Selanjutnya mengacu pada istilah “konotasi” yang terdapat pada KBBI yang telah dipaparkan sebelumnya, yakni konotasi adalah arti yang ditambahkan pada kata denotasi, maka dalam konteks kajian semiotika makna konotasi ini dapat didefinisikan dengan makna yang diberikan atas penafsiran suatu tanda yang bertujuan untuk melengkapi makna denotasi dari suatu entitas tanda. Maka dari itu, dalam konteks penelitian mengenai *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika ini, secara prosedural makna konotasi ini adalah makna hasil interpretasi yang bertujuan untuk melengkapi makna denotasi dari logo baru PSI. Makna konotasi ini, pada proses pembentukannya sama dengan makna denotasi, yaitu dibangun atas dua elemen yang membentuknya. Adapun elemen yang membentuk makna konotasi pada suatu entitas tanda terdiri dari dua elemen tanda, yaitu penanda konotatif (*connotative signifier*) dan petanda konotatif (*connotative signified*). Proses pembentukan makna konotasi yang dibangun atas dua elemen tersebut, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 7: Pembentukan Makna Konotasi (Muzzamil, 2025)

Mengamati skema pada Gambar 7 di atas, maka dapat dipahami bahwa pada prosesnya makna konotasi suatu tanda terbentuk oleh dua elemen utama, yaitu penanda konotatif dan petanda konotatif. Proses pembentukan makna konotasi dari perspektif semiotika seperti yang digambarkan pada skema di atas, dalam konteks penelitian yang dilakukan ini digunakan untuk menganalisis dan mengungkap makna konotasi dari *rebranding* logo PSI. Makna konotasi dari *rebranding* logo PSI yang akan analisis dari perspektif semiotika dalam penelitian ini, seperti yang telah dinyatakan tersebut, dibentuk oleh dua elemen mendasar dari sebuah tanda, yakni penanda konotatif dan petanda konotatif. Maka dari itu, hasil analisis dan pembahasan pada bagian ini akan berfokus pada uraian temuan dan hasil penelitian mengenai makna konotasi *rebranding* logo PSI. Makna konotasi *rebranding* logo PSI yang coba diungkap dan diuraikan pada bagian pembahasan ini, secara teoretis didapatkan dengan cara menganalisis elemen penanda konotatif dan petanda konotatif yang terdapat dalam Logo baru PSI.

Mengamati dari transformasi atau perubahan logo lama (lihat Gambar 1) ke logo baru (lihat Gambar 2) sebagai upaya *rebranding* Partai Solidaritas Indonesia (PSI) tampak adanya perubahan bentuk logo yang signifikan dan dominan dari logo awal PSI ke logo PSI yang baru. Perubahan tersebut tampak begitu nyata terlihat dalam *logogram* dan *logotype* dari lambang PSI tersebut. *Logogram* dan *Logotype* sendiri, dalam konteks desain visual adalah dua elemen dasar yang ada dalam sebuah logo; atau dengan kata lain, dalam sebuah logo itu biasanya terdapat *logogram* dan *logotype* (Nurfitri, 2021). Secara praktis, *logogram* adalah elemen gambar pada sebuah logo, sedangkan *logotype* adalah tulisan yang ada dalam sebuah logo. Dua elemen inilah yang membentuk logo atau lambang suatu tanda visual, termasuk juga dalam *rebranding* logo PSI. Mengacu pada dua elemen dalam logo tersebut, maka dapat diamati bahwa logo lama PSI yang tampak pada Gambar 1 di atas, *logogram*-nya adalah gambar tangan yang sedang menggenggam bunga mawar, dan *logotype*-nya adalah tulisan “Partai Solidaritas Indonesia”. Sedangkan untuk logo baru PSI yang tampak pada Gambar 2 di atas, *logogram*-nya adalah gambar Gajah, dan untuk *logotype*-nya adalah tulisan “PSI Partai Super Tbk”. Perubahan *logogram* dan *logotype* pada logo PSI seperti yang telah dipaparkan tersebut, secara lebih rinci dapat diamati pada ulasan *headline* di media nasional (Lestari, 2025).

Ulasan informasi yang terdapat *headline* di media nasional tersebut (Lestari, 2025), secara lebih rinci dan kronologis memaparkan tentang transformasi atau perubahan logo dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Seperti yang telah kemukakan juga sebelumnya, bahwa transformasi atau perubahan dari logo PSI tersebut secara visual cukup signifikan dan dominan, yakni dari gambar (*logogram*) Mawar (🌹) menjadi gambar (*logogram*) Gajah (🐘). Mengkaji dan menganalisis transformasi logo PSI sebagai bentuk *rebranding* “Partai Anak Muda” ini, terlihat entitas tanda atau *logogram* yang kontras antara logo lama dengan logo yang baru. Jika pada logo lama, PSI menggunakan *logogram* tanaman sebagai lambang partainya, sedangkan pada logo yang baru tampak dari unsur hewan yang lebih tegas, yakni Gajah sebagai lambang PSI. Perubahan gambar tanaman ke gambar hewan dalam lambang PSI ini, menjadi entitas dan realitas yang menarik untuk dikaji dan dianalisis lebih mendalam, terutama

berkenaan dengan tanda konotatif (*conotative sign*) yang ada dalam *rebranding* logo PSI tersebut. Transformasi dan *rebranding* logo PSI tersebut, begitu kontras dan jelas, yang awalnya adalah gambar bunga mawar yang digenggam tangan, menjadi gambar seekor Gajah yang jelas dan tegas disertai dengan tulisan “PSI” yang dominan. Logogram dan logotype dari logo baru PSI ini menjadi menarik untuk diungkap lebih dalam karena secara kontradiktif PSI merubah logonya secara total dari Bunga Mawar menjadi Gajah. Tanda dan gambar Gajah yang menjadi logogram pada logo baru PSI tersebut, menjadi entitas atau elemen konotasi pada logo baru PSI. Melalui gambar Gajah tersebut, ada pesan yang ingin disampaikan oleh PSI melalui *rebranding* logo barunya. Maka dari itu, makna konotatif (*connotative meaning*) dari gambar Gajah pada logo baru PSI tersebut menarik dan perlu untuk ditelusuri dan diungkap lebih dalam.

Tanda visual gambar Gajah (🐘) pada logo baru PSI ini, seperti yang sudah dikemukakan di atas, menjadi penanda konotasi dari *rebranding* logo PSI. Oleh karena itu, pada uraian selanjutnya akan mencoba dipaparkan mengenai hasil analisis terhadap gambar Gajah sebagai *connotative signifier* pada logo baru PSI. Gambar Gajah sebagai *connotative signifier* tersebut, dalam kerangka semiotika Roland Barthes, tentu tidak dapat dipisahkan dari *connotative signified*. Oleh karena itu, dengan menganalisis gambar Gajah sebagai *connotative signifier* pada logo baru PSI ini, maka akan dapat terungkap *connotative signified* dari logo baru PSI tersebut. Dari *connotative signifier* dan *connotative signified* inilah maka terbangun dan terbentuk *connotative meaning* dari *rebranding* logo PSI tersebut. Kemudian berkenaan dengan transformasi logo PSI yang sekarang menjadi gambar Gajah seperti yang telah dipaparkan di atas, diketahui bahwa perubahan gambar (*logogram*) pada logo PSI tersebut, sempat menjadi perbincangan di berbagai kalangan, terutama pengguna internet (*netizen*) di dunia maya melalui berbagai *platform* media sosial. Berbagai reaksi dan opini muncul dari pengguna internet dan media sosial di dunia maya. Ada yang memandang perubahan logo tersebut dari sisi positif, namun ada juga yang melihat perubahan logo tersebut dari sudut yang negatif. Perbedaan persepsi dan opini dari pengguna media sosial tersebut, terjadi dalam bentuk komentar di akun instagram resmi milik PSI. Berikut adalah gambaran dari komentar pengguna media sosial terhadap perubahan logo PSI tersebut:



Gambar 8: Komentar Pengguna Media Sosial terhadap Logo Baru PSI (Instagram @psi_id, 2025)

Gambar 8 di atas menunjukkan beragam tanggapan dan komentar dari pengguna media sosial terhadap logo baru Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Pada satu sisi, ada yang mengapresiasi logo baru PSI tersebut, namun pada sisi lain, ada juga yang lebih menyukai logo lama PSI. Opini dan persepsi pengguna media sosial tersebut, baik yang memandangnya dari sisi yang pro, maupun yang melihatnya dari sisi yang kontra, karena terfokus pada logo gambar Gajah pada logo baru PSI. *Netizen* yang pro terhadap perubahan logo tersebut, karena memandang gambar Gajah sebagai logo baru PSI merupakan

gambar yang unik dan membawa penyegaran tersendiri bagi PSI sebagai Partai Anak Muda; namun *netizen* yang kontra terhadap logo baru PSI tersebut, karena melihat logo lama PSI itu lebih bagus dan “estetik” dibanding dengan gambar Gajah pada *rebranding* logo baru PSI. Perdebatan mengenai opini dan persepsi tentang logo baru PSI ini tidak hanya terjadi pada tataran *netizen* saja, bahkan ada juga akun-akun media sosial yang melakukan analisis umum terhadap *rebranding* logo PSI tersebut, salah satu diantaranya dapat dilihat pada postingan akun instagram @consumeri_id yang melihat *rebranding* logo PSI tersebut dari sudut pandang bisnis. Postingan akun instagram @consumeri_id mengulas dan mengupas *rebranding* logo PSI tersebut dari sisi *brand marketing* dan bisnis. Berikut adalah postingan akun instagram @consumeri_id tersebut:



Gambar 9: Ulasan Rebranding Logo PSI (Instagram @consumeri_id, 2025)

Gambar 9 di atas, merupakan postingan dari akun instagram @consumeri_id yang mengulas perubahan logo PSI dari strategi *brand marketing*. Postingan dengan judul “Anomali Logo Baru: Transformasi atau Kekeliruan Identitas?” secara lebih lengkap bisa dilihat pada akun instagram @consumeri_id dalam link berikut: <https://url-shortener.me/DDUU>. Berdasarkan temuan mengenai opini dan persepsi terhadap gambar “Gajah” pada logo baru PSI tersebut, maka perlu untuk ditelusuri dan dianalisis makna konotasi dari *logogram* Gajah dalam logo baru PSI dengan relevansinya dengan Partai Politik. Didasarkan atas hasil temuan terhadap komentar dan tanggapan pengguna media sosial yang mendukung perubahan logo PSI tersebut, diketahui bahwa banyak komentar yang menyatakan gambar Gajah sebagai lambang Partai Politik, baru digunakan oleh PSI, dan gambar Gajah tersebut menjadi sesuatu yang unik dan berbeda dengan logo atau lambang Partai Politik lainnya di Indonesia. Oleh karena itu, gambar Gajah sebagai lambang atau logo Partai Politik di Indonesia ini, baru ada dan dipakai oleh Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Maka dari itu, berdasarkan temuan tersebut, sampai pada bagian ini dapat dinyatakan bahwa *logogram* atau gambar Gajah pada logo baru PSI menjadi tanda konotasi yang perlu untuk diungkap maknanya dari perspektif semiotika secara praktis dan jelas.

Menggali dan menelusuri lebih mendalam mengenai gambar Gajah yang dijadikan logo baru Partai Solidaritas Indonesia (PSI) seperti yang sudah dikemukakan di atas, ditemukan data dan informasi bahwa penggunaan gambar Gajah 🐘 sebagai lambang atau logo Partai Politik ini, tidak hanya digunakan oleh PSI, tetapi ada juga Partai Politik dari beberapa negara lain yang menjadikan gambar Gajah sebagai lambang dan logo Partainya. Berikut adalah data yang berhasil ditelusuri mengenai beberapa Partai Politik dari berbagai negara yang menggunakan gambar Gajah sebagai logo atau lambang Partai Politiknya:



Gambar 10: Gambar Gajah dalam Logo Partai Politik (Instagram @tempodotco, 2025)

Tampak pada Gambar 10 di atas, selain PSI ada juga beberapa Partai Politik dari berbagai negara yang menggunakan gambar Gajah sebagai logonya. Dapat diamati pada Gambar 10 tersebut, ada enam Partai Politik yang menggunakan logo Gajah sebagai identitas dan lambang Partai Politiknya. Enam Partai Politik dengan logo Gajah tersebut ialah: (1) Partai Solidaritas Indonesia dari Indonesia; (2) Republican Party dari Amerika Serikat; (3) Bahujan Samaj Party dari India; (4) United National Party dari Sri Lanka; (5) Bhutan Tendrel Party dari Bhutan; (6) New Patriotic Party dari Ghana. Mengamati dari dan informasi tentang enam Partai Politik yang menggunakan Logo Gajah tersebut, maka ada dua poin penting yang perlu untuk ditegaskan dan dibahas lebih lanjut, yaitu: *Pertama*, dari informasi yang ada pada Gambar 10 di atas dapat diketahui bahwa PSI bukanlah satu-satunya Partai Politik yang menggunakan gambar Gajah sebagai logo Partainya; *Kedua*, gambar atau *logogram* Gajah banyak digunakan sebagai lambang atau logo Partai Politik di berbagai negara, termasuk di Indonesia oleh PSI. Berangkat dari dua poin tersebut, maka dapat dikatakan bahwa Gajah menjadi tanda konotatif dalam lambang atau logo Partai Politik, termasuk juga PSI. Oleh karena itu, tanda konotasi berupa *logogram* Gajah pada *rebranding* logo PSI ini tentu memiliki maknanya tersendiri, dan inilah yang disebut dengan *connotative meaning* atau makna konotasi *logogram* Gajah pada logo baru PSI. Berkaitan dengan makna *logogram* Gajah pada logo baru PSI tersebut, ditemukan informasi mengenai penjelasan resmi dari PSI mengenai pemilihan dan penggunaan Gajah sebagai logo barunya. Penjelasan tersebut secara lebih rinci dapat dilihat pada *website* resmi PSI yang dapat diakses melalui *link* atau tautan berikut: <https://psi.id/logo-psi/> berikut adalah kutipan dari penjelasan tentang tanda gambar Gajah yang digunakan sebagai logo Baru PSI:

Makna Tanda Gambar PSI

Kepala gajah berwarna merah dengan belalai menggapai ke langit bermakna optimisme yang selalu menyertai pikiran dan tindakan PSI. Keberanian untuk bermimpi, nyali untuk bertindak, dan nyala untuk berjuang adalah sumber api perjuangan PSI yang tidak pernah padam meski rintangan menghadang jalan.

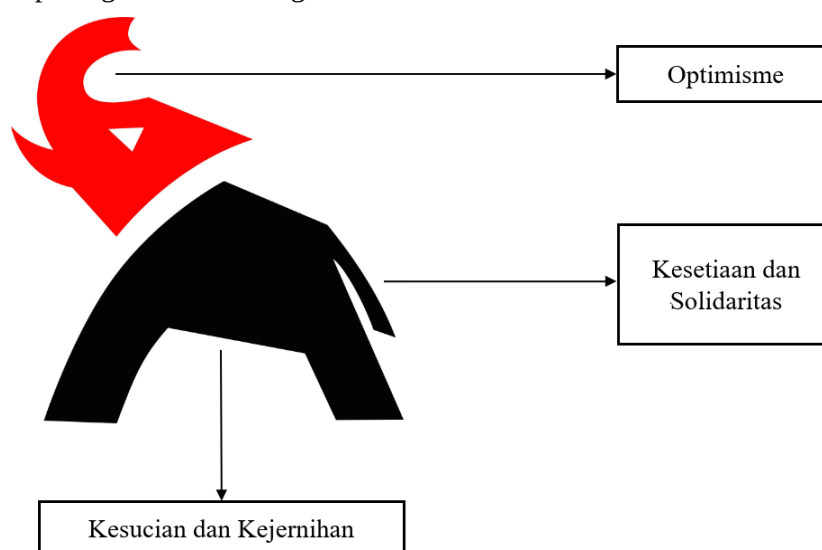
Tubuh dan kaki gajah berwarna hitam menunjukkan kesetiaan dan solidaritas menjadi nilai utama dalam setiap derap langkah PSI. Kaki ideologi yang menopang kuat serta tubuh solidaritas yang bersih dan sehat akan selalu memompa darah perjuangan PSI, baik masa kini maupun masa yang akan datang.

Warna putih yang menjadi latar belakang utama gajah PSI adalah simbol kesucian dan kejujuran hati PSI untuk selalu berjuang, jatuh, dan bangun bersama Rakyat Indonesia.

Gambar 11: Makna Tanda Gambar PSI (Partai Solidaritas Indonesia, 2025)

Kutipan narasi yang terdapat pada Gambar 11 di atas, secara lebih lengkap dan rinci dapat diakses melalui *website* resmi PSI. Pada Gambar 11 di atas, dapat diamati bahwa ada tiga tanda gambar dalam logo baru PSI, yaitu: (1) Kepala Gajah Berwarna Merah; (2) Tubuh dan Kaki Gajah Berwarna Hitam; (3) Warna Putih sebagai Latar Belakang Utama Gajah PSI. Tiga tanda gambar dalam logo baru PSI

tersebut, dalam kerangka semiotika merupakan *connotative sign* atau tanda konotasi pada sebuah entitas tanda visual. Tanda konotasi atau *connotative sign* tersebut tentu memiliki makna konotasi atau *connotative meaning*, termasuk juga tanda gambar pada logo baru PSI tersebut. Seperti yang bisa diamati pada Gambar 11 di atas, tiga tanda gambar pada logo baru PSI tersebut memiliki maknanya masing-masing. Dari penjelasan makna tanda gambar PSI yang terdapat pada Gambar 12 di atas, diketahui bahwa tiga tanda gambar tersebut memiliki makna sebagai berikut: (1) Kepala gajah berwarna merah dengan belalai merah menggapai ke langit bermakna optimisme; (2) Tubuh dan kaki gajah berwarna hitam memiliki makna kesetiaan dan solidaritas; (3) Warna putih yang menjadi *background* utama gambar gajah memiliki makna kesucian dan kejernihan. Itulah tiga makna konotasi (*connotative meaning*) dari logo baru yang terbentuk dari tanda gambar Gajah sebagai *rebranding* logo PSI. Berdasarkan pemaparan tentang makna konotasi dari tanda gambar dalam logo baru PSI tersebut, maka secara semiotik dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 12: Makna Konotasi pada Tanda Gambar Logo Baru PSI (Hasil Analisis, 2025)

Gambar 12 di atas, merupakan pemetaan dari makna konotasi dari setiap makna tanda gambar pada logo baru PSI (lihat Gambar 11). Dari Gambar 12 di atas, maka dapat diamati bahwa ada tiga entitas tanda yang membentuk logo baru PSI, yaitu kepala gajah berwarna merah, tubuh gajah berwarna hitam, dan latar belakang logo berwarna putih. Kemudian tiga entitas tanda tersebut memiliki maknanya masing-masing seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Dalam perspektif semiotika, tiga entitas tanda pada logo baru PSI tersebut menjadi *connotative signifier*, dan makna dari ketiga tanda tersebut menjadi *connotative signified*. Dari *connotative signifier* (penanda konotasi) dan *connotative signified* (petanda konotasi) itulah terbentuk *connotative meaning* (makna konotasi) (lihat Gambar 7) dari *rebranding* logo PSI. Berdasarkan pembentukan makna konotasi dari *rebranding* logo PSI tersebut, maka sampai pada bagian ini dapat dinyatakan bahwa secara konotatif *rebranding* logo PSI ini memiliki tiga makna yang terbentuk dari tanda konotasi logo baru PSI. Adapun tiga makna konotasi tersebut ialah: *Pertama*, makna optimisme yang terbentuk dari tanda konotasi kepala gajah yang berwarna merah; *Kedua*, makna kesetiaan dan solidaritas yang terbentuk dari tanda konotasi tubuh gajah yang berwarna hitam; *Ketiga*, kesucian dan kejernihan yang terbentuk dari latar belakang gambar logo yang berwarna putih.

Demikian itulah uraian hasil analisis tentang makna konotasi *rebranding* logo PSI. Dari hasil analisis yang telah diuraikan tersebut, maka ada beberapa poin penting dan strategis yang menjadi temuan utama (*main finding*) mengenai makna konotasi dari *rebranding* logo PSI ini. Temuan penelitian tersebut meliputi tiga poin berikut, yaitu: *Pertama*, gambar atau *logogram* Gajah menjadi penanda konotasi dari logo baru PSI; *Kedua*, ada beberapa Partai Politik lain dari berbagai negara yang menggunakan logo Partai Politik dengan gambar Gajah; *Ketiga*, logo baru PSI terbentuk dari tiga tanda

gambar yang terdiri dari kepala gajah, tubuh gajah dan latar belakang gambar berwarna putih; *Keempat*, logo baru PSI memiliki makna konotasi yang meliputi optimisme, kesetiaan, solidaritas, kesucian dan kejernihan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis semiotika terhadap logo baru PSI seperti yang sudah diuraikan pada bagian “Hasil dan Pembahasan” di atas, maka secara spesifik pada bagian “Kesimpulan” ini dapat disimpulkan bahwa rebranding logo PSI tersebut memiliki nilai dan makna yang positif. Melalui transformasi logo baru tersebut, PSI sebagai Partai Politik kalangan muda ingin membawa perubahan dan perjuangan yang dimulai dari nilai-nilai positif yang digagas oleh PSI dengan *rebranding* logo barunya. Maka dari itu, *rebranding* logo yang dilakukan oleh PSI ini memiliki makna dan nilai yang positif bagi perubahan dan perjuangan kalangan muda di bidang politik.

Analisis semiotika terhadap *rebranding* logo PSI dalam penelitian ini, menggunakan teori dan kerangka semiotika dari Roland Barthes yang terdiri dari dua elemen dasar pada setiap tanda, yakni denotasi dan konotasi. Berdasarkan kerangka analisis semiotika dari Roland Barthes tersebut, maka ada dua temuan utama (*main finding*) dari hasil penelitian ini. Adapun dua temuan tersebut secara lebih rinci dikemukakan sebagai berikut: *Pertama*, ada lima makna denotasi dari *rebranding* logo PSI yang dilambangkan melalui gambar Gajah, yaitu kekuatan, kesetiaan, kemakmuran, pengetahuan dan kebijaksanaan; *Kedua*, ada tiga makna konotasi dari *rebranding* logo PSI yang terbentuk melalui tiga tanda gambar logo PSI, yaitu kepala gajah berwarna merah yang bermakna optimisme, tubuh gajah berwarna hitam bermakna kesetiaan dan solidaritas, serta latar belakang gambar berwarna putih bermakna kesucian dan kejernihan.

Hasil penelitian mengenai *rebranding* logo PSI dalam perspektif semiotika ini, diharapkan dapat berkontribusi pada dua aspek, yaitu: *Pertama*, aspek teoretis, sebagai pengembangan analisis logo, lambang, ikon atau tanda visual lainnya dengan menggunakan kerangka teori semiotika; *Kedua*, aspek praktis, sebagai panduan dalam melakukan analisis, riset, dan penelitian tentang semiotika terhadap logo, lambang, ikon atau tanda visual lainnya. Temuan dan hasil penelitian yang telah diuraikan tersebut, masih terdapat kekurangan di beberapa bagian; oleh karena itu disarankan melakukan penelitian lebih lanjut tentang analisis rebranding logo PSI ini dengan objek kajian ataupun kerangka semiotika yang lebih aktual dan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiansyah, R., Sofia, A., Bensar, M., Adams, A., & Barakat, M. A. (2023). Roland Barthes Semiotic Study: Understanding The Meaning Word Of 'Azab, A Reinterpretation for Modern Society. *QIST: Journal of Quran and Tafseer Studies*, 2(3), 255–274. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0003-0471-1312>
- Agustin, S. R. (2025). *PSI Ganti Logo di Kongres Solo 19-20 Juli 2025, Lambang Gajah?* Tirto. <https://tirto.id/psi-ganti-logo-di-kongres-solo-19-20-juli-2025-lambang-gajah-hekS>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023, October 1). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) VI Daring*. KBBI KEMDIKBUD. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Konotasi>
- Barthes, R. (2012). *Elemen-Elemen Semiologi*. Jalasutra.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu dan Problem Ikonitas*. Jalasutra.
- Efendi, E., Siregar, I. M., & Harahap, R. R. (2023). Semiotika Tanda dan Makna. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 154–163. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3329>

- Farisa, F. C. (2022). *Profil Partai Solidaritas Indonesia: Mimpi Anak Muda dan Gagasan Antikorupsi*. Kompas. <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/14/12381091/profil-partai-solidaritas-indonesia-mimpi-anak-muda-dan-gagasan-antikorupsi?page=2>
- Kuada, C. M., Tamowangkay, V., & Tulung, T. (2023). Peran Media Sosial Sebagai Sarana Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi Utara. *Sam Ratulangi Politics Review (SRPolRev)*, 1(1), 1–6. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/srpolrev/article/view/49526>
- Lestari, L. (2025). *Transformasi Logo PSI dari Mawar Menjadi Gajah*. Tempo. <https://www.tempo.co/politik/transformasi-logo-psi-dari-mawar-menjadi-gajah-2050369>
- Muzzamil, F. (2025). Pohon Hayat Nusantara dalam Perspektif Semiotika: Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Logo IKN. *JIKOM: Jurnal Inovasi Komunikasi*, 3(1), 8–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jikom.v3i1.6277>
- Muzzammil, F. (2023). Makna Label Halal Indonesia dalam Perspektif Semiotika: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Wawasan: Jurnal Kediklatan Diklat Keagamaan Jakarta*, 4(1), 120–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.53800/wawasan.v4i1.219>
- Naovel, M. I., & Katimin. (2023). Representasi Anak Muda dalam Politik: Studi Pola Rekrutmen Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Kota Medan. *Moderate El-Siyasi: Jurnal Pemikiran Politik Islam*, 2(1), 56–64. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/moderateel-siyas.v2i1.23135>
- Nizwah MZ, I., Rohmatika, A., & Hidayah, N. (2024). The Meaning and Symbolism of Surah Al-Lahab From The Perspective of Roland Barthes' Semiotics. *Journal of Arabic Language and Literature Studies*, 3(2), 63–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/allais.v3i2.10122>
- Nofia, V. S. S., & Bustam, M. R. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Sampul Buku Five Little Pigs Karya Agatha Christie. *Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Budaya*, 2(2), 143–156. <https://doi.org/10.34010/MHD.V2I2.7795>
- Nurfitri, R. (2021). Analisis Tanda dan Makna pada Desain Logo Sanggar Tari Puspitasari. Citra Dirga: *Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*, 3(1), 48–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.33479/cd.v3i01.424>
- Partai Solidaritas Indonesia. (2022). Tentang PSI. PSI. <https://psi.id/tentang-psi/>
- Rachman, M. F. (2025). *PSI Bakal Rebranding Lewat Logo Baru di Kongres PSI, Apa Makna Logo yang Lama?* Tempo. <https://www.tempo.co/politik/-psi-bakal-rebranding-lewat-logo-baru-di-kongres-psi-apa-makna-logo-yang-lama--2015579>
- Rahmawati, C. D., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna Denotasi dan Konotasi Meme dalam Media Sosial Twitter: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(2), 1244–1256. <https://doi.org/https://doi.org/10.30605/onoma.v10i2.3479>
- Riwu, A., & Pujiati, T. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara (Kajian Semiotika). *Deiksis*, 10(3), 212–223. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/deiksis.v10i03.2809>
- Rohman, N. (2023). Peran Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dalam Pemilihan Presiden 2024: Analisis Terhadap Pemilih Pemula. *JPW: Jurnal Politik Walisongo*, 5(1), 85–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.21580/jpw.v5i1.18330>
- Saussure, F. de. (1959). *Course In General Linguistics*. University of California Libraries. <https://archive.org/details/courseingenerall00saus>
- Sobur, A. (2010). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Suryadi, K., Sukmayado, V., & Nursita Saria, A. (2021). Political Communication Strategies of New Political Party: A Case Study of Partai Solidaritas Indonesia. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa Dan Budaya*, 8(1), 94–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.33558/makna.v8i1.2508>
- Wahyudy, F. I., Sumadinata, W. S., & Agustino, L. (2021). Strategi Partai Solidaritas Indonesia Dalam Memenangkan Suara Pemilih Minoritas Pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2019. *Jurnal Civic Hukum*, 6(1), 90–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jch.v6i1.15056>