

Nilai Ikonik: *Packaging* pada “Angkot Gaul” Kota Padang

Mila Falma Masful
Universitas Sahid, Indonesia
mila.falma88@gmail.com

How to Cite This Article: Masful, M.F. (2017). Nilai Ikonik: *Packaging* pada “Angkot Gaul” Kota Padang. *Jurnal Studi Komunikasi*, 1(3). doi: 10.25139/jsk.v1i3.223

Received: 18-07-2017, Revision: 16-10-2017, Acceptance: 17-10-2017, Published online: 01-11-2017

ABSTRAK

Dewasa ini, sudah banyak alat transportasi canggih yang dikembangkan dan diciptakan oleh manusia dengan tujuan dapat memenuhi semua unsur kepuasan pada diri manusia itu sendiri. Seperti yang di Indonesia sendiri baru baru ini akan di bangun kereta api cepat dari Jakarta menuju kota Bandung. Hal ini merupakan salah satu fasilitas mumpuni yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bertransportasi. Tetapi dibalik itu semua terdapat beberapa alat transportasi yang mana masyarakatnya tidak terlalu tertarik dengan segala kecanggihan teknologinya, melainkan memiliki suatu nilai artistik, iconic, dan unik untuk digunakan. “Angkot Gaul”, demikian masyarakat Kota Padang menyebutnya dan oleh para pengemudinya menjadikan angkutan ini tidak hanya sekedar mengantarkan penumpang ke tujuan tapi memiliki nilai pandang yang baik untuk digunakan. Layaknya mobil modifikasi, Angkot Gaul ini dikenal tidak saja hanya di Kota Padang tapi juga nasional. Maka dengan keunikan yang dimiliki Angkot Gaul inilah akhirnya dijadikan sebagai *packaging* yang mampu meningkatkan penjualan jasa dengan baik dan tentunya nilai kepuasan baik oleh pengemudinya sendiri maupun penumpang. Seperti apakah nilai ikonik dan keunikan yang dimiliki oleh angkutan umum ini? Fokus kajian peneliti adalah melihat makna semiotika menggunakan teori dari Charles Sanders Peirce yang terdapat nilai semiotika yang terkandung makna nya pada Angkot Gaul Kota Padang yaitu dari segi bahasa, warna, music dan stiker yang dimodifikasi oleh sopir dan juragan Angkot Gaul.

Kata Kunci: Ikonik, Semiotika, *Packaging*

ABSTRACT

Today, there are many advanced transportation tools developed and created by humans to meet all the elements of satisfaction in the human self itself. As in Indonesia itself recently will be built a fast train from Jakarta to the city of Bandung. This is one of the qualified facilities that are expected to fulfill the needs of the society in transportation. But behind it all, there are some means of transportation where people are not too interested in all sophistication of technology, but has an artistic, iconic and unique value to use. "Angkot Gaul," so the people of Padang City call it and by the drivers make this transport not only deliver passengers to the destination but has a good point of view to use. Like the car modification, Angkot Gaul is known not just in the city of Padang but also national. So with the uniqueness owned Angkot Gaul is eventually used as a *packaging* that can increase sales of services well and of course the value of satisfaction both by the driver himself and passengers. What is the iconic value and uniqueness of this public transport? The researcher is looking at the meaning of semiotics using the theory of Charles Sanders Peirce which contained the value of semiotics that contained its meaning on Angkot Gaul Padang City regarding language, color, music, and stickers modified by the driver of Angkot Gaul.

Keywords: iconic, semiotics, *packaging*

PENGANTAR

Fasilitas angkutan umum merupakan sarana yang sangat penting bagi masyarakat, namun apakah sarana transportasi angkutan umum di Negara ini sudah cukup memadai dan sesuai dengan keinginan masyarakat? Tentu banyak yang akan menjawab bahwa angkutan umum hanya sekedar alat transportasi yang tidak memberikan rasa aman dan nyaman yang baik untuk para penumpangnya. Masalah angkutan umum tentu bukanlah hal yang asing bagi kita apalagi bagi masyarakat yang sering menggunakan jasa angkutan umum setiap harinya. Hal ini sangatlah memprihatinkan dan tentunya perlu mendapat perhatian oleh berbagai pihak yang terkait seperti pemilik angkutan itu sendiri, dari pemerintah setempat dan juga dari penumpang.

Salah satu contoh angkutan umum yang kondisi kendaraannya sangat memprihatinkan adalah angkutan umum yang kita kenal dengan sebutan “angkot” yang tidak terawat dan sudah tidak layak beroperasi lagi. Bahkan terkadang para penumpang juga mengkhawatirkan keselamatan mereka dikarenakan sopir yang tidak memiliki Surat Ijin Mengemudi dan terkadang ada juga yang berlaku tidak sopan.

Baiknya, dari sekian banyak pemaparan tentang kondisi angkutan umum di daerah Indonesia yang tidak memenuhi kebutuhan banyak masyarakat maka sebenarnya terdapat angkutan umum yang justru menjadi favorit dan dijadikan angkutan yang tidak hanya sekedar angkutan tetapi memiliki nilai keunikan. Di kota Padang sendiri masyarakat akan menjumpai angkutan yang terlihat sangat mencolok, unik dan di modifikasi oleh pemiliknya. Tetapi hanya rute tertentu saja yang angkutan

umumnya memiliki keunikan salah satunya yaitu rute dari Pasar Raya Kota Padang menuju Batas Kota, yang jaraknya sekitar 16 km. “Angkot” berwarna oranye ini akhirnya di modifikasi ulang oleh sopir dengan mengikuti gaya yang dianggap gaul, trendi dan disenangi banyak penumpang terutama anak muda. Modifikasi bisa berupa tampilan, yang mana keseluruhan bagian luar mobil di tutupi stiker mencolok dan berwarna, lalu audio atau sound system yang cukup canggih, dilengkapi dengan speaker, dvd player dan televisi. Selain itu tempat duduk juga ditata serapi mungkin bahkan di dalam “angkot” juga disediakan tong sampah dan pewangi ruangan. Maka dengan adanya semua kelebihan ini, “angkot gaul” di Kota Padang pun tampil sangat berbeda dibandingkan dengan “angkot” lainnya.

Perilaku ini dimaksudkan agar sopir dapat meningkatkan jumlah penumpang yang mau menaiki kendaraan “angkot gaul” dibandingkan angkutan yang tidak dimodifikasi sama sekali. Selain itu, sopir mengutarakan bahwa ini sebagai bentuk rasa gengsi karena ketika mengemudikan “angkot gaul” maka akan terlihat lebih gaul dan gagah di jalanan. Bagi Peneliti sendiri, hal yang menarik untuk dijadikan bahan penelitian adalah pertama, bagaimana alat transportasi umum mampu memiliki nilai keunikan tersendiri dan sampai sekarang tetap dipertahankan dan menjadi kebutuhan oleh masyarakat di Kota Padang, yang mana dibutuhkan oleh sopirnya maupun penumpangnya. Kedua, “nilai ikonik yang ada pada angkot gaul menjadi packaging tersendiri yang pemaknanya akan dikaji melalui Semiotika.

Pierce dalam semiotika, mengemukakan teori semiosis adalah proses menanda (Budiman, 2005:11).

Maka, teori semiosis berupa semiosis triadik Pierce digunakan dalam menganalisis suatu tanda. Bagi Pierce, ikon termasuk dalam tipologi tanda pada trikotomi kedua. Ikon merupakan sebutan bagi tanda yang non-arbitrer (bermotivasi). Menurut Pierce, Ikon adalah hubungan antara tanda dan objeknya atau acuan yang bersifat kemiripan (Sobur, 2004:41). Pierce menyatakan bahwa ikon adalah tanda yang memiliki kemiripan/similaritas dengan objeknya (Budiman, 2005:45). Ikon, jika ia berupa hubungan kemiripan (Nurgiyantoro, 1995:45). Ikonitas merupakan salah satu kajian yang menarik dalam semiotika.

Menurut Andi Suprpto (2015), secara terminologi semiotika merupakan ilmu yang mengkaji tanda. Ilmu ini melihat bahwa fenomena sosial yang terjadi di dalam masyarakat dan kebudayaan itu merupakan bentuk dan tanda. Semiotika juga mempelajari system system, aturan, konveksi yang memungkinkan tanda tanda tersebut memiliki arti.

Semiotika merupakan sebuah ilmu yang kosen mempelajari bagaimana sebuah tanda dengan segala pesan dan fungsinya. Dalam semiotika terdapat tanda dan pemaknaannya, demikian pula halnya dengan Komunikasi Visual. Semua pengolahan tanda yang menjadi hasil karya Komunikasi Visual akan selalu memiliki sebuah makna yang ingin disampaikan. Salah satunya adalah identitas visual. (Andi Suprpto, 2015).

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai gejala individu atau kelompok tertentu tentang suatu keadaan dan gejala yang terjadi

(Koentjaraningrat, 1993:89). Menurut Kriyantono (2006: 69) penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi yang sistematis, faktual, serta akurat mengenai fakta-fakta dan sifat objek tertentu.

Peneliti akan memberikan penjelasan deskriptif dan naratif secara cermat tentang nilai ikonik yang dimiliki oleh alat transportasi yakni “angkot Gaul” di Kota Padang dan mengkajinya lewat Teori Semiotika, dimana melalui bentuk keunikan ini maka menjadikan “Angkot Gaul” sebagai suatu daya Tarik yang sangat ikonik bahkan sudah dikenal secara nasional. Selain itu, lewat keikonikan ini maka akan dipaparkan secara jelas bagaimana dan apa makna yang tersimbolkan lewat komunikasi visual, tanda, dan komunikasi non-visual lainnya.

DISKUSI DAN ANALISIS

Mengkaji Nilai Ikonik dalam Perspektif Semiotika

Antar Venus (2015), para filsuf dan ahli ilmu sosial mendefinisikan konsep nilai – nilai (selanjutnya disebut nilai saja) secara berbeda- beda. Akan tetapi, bila disederhanakan, istilah ini dapat diartikan sebagai sesuatu yang dihargai, diingini, dan dianggap penting dalam kehidupan manusia.

Friedman, Kahn, dan Borning memandang nilai sebagai suatu prinsip – prinsip pemandu tentang hal – hal yang dipandang penting dalam hidup manusia. Disamping diyakini sebagai sesuatu yang penting dalam kehidupan, menurut filsuf Jerman – Amerika, Hans Jonas, nilai juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang ditujukan untuk “kita”, maksudnya sesuatu yang selalu kita amini, kita

inginkan, atau kita kehendaki memiliki kebaikan di dalam nya.

“Sebagai sesuatu yang baik, nilai selalu berkonotasi positif. Sedangkan sesuatu yang tidak baik, tidak dikehendaki, atau ingin dihindari disebut sebagai yang tidak bernilai.” (Venus, 2015, p.112).

Untuk menganalisis nilai ikonik pada Angkot Gaul ini maka Peneliti menggunakan model Roland Barthes dimana fokus Barthes adalah menganalisis pesan yang terkandung pada suatu objek berdasarkan tiga hal berikut ini (Sobur 2009, 118):

Pesan linguistik

Kajian bahasa sebagai suatu kode dalam pemakaian berfokus pada beberapa hal berikut ini: (1) karakteristik hubungan antara bentuk, lambang atau kata satu dengan yang lainnya, (2) hubungan antar – bentuk kebahasaan dengan dunia luar yang di-acunya, (3) hubungan antara kode dengan pemakainya.

Studi tentang sistem tanda sehubungan dengan ketiga butir tersebut baik berupa tanda kebahasaan

maupun bentuk tanda lain yang digunakan manusia dalam komunikasi masuk dalam ruang lingkup semiotik (Aminuddin, 1988:37). Sejalan dengan adanya tiga pusat kajian kebahasaan dalam pemakaian, maka bahasa dalam sistem semiotik dibedakan dalam tiga komponen sistem. Tiga komponen tersebut adalah: (1) sintaktik, yakni komponen yang berkaitan dengan lambang atau sign serta bentuk hubungannya, (2) semantik, yakni unsur yang berkaitan dengan masalah hubungan antara lambang dengan dunia

luar yang diacunya, (3) pragmatik, yakni unsur ataupun bidang kajian yang berkaitan dengan hubungan antara pemakai dengan lambang dalam pemakaian

Inti pesan linguistik yang terkandung dalam kata kata yang ada pada badan atau bagian luar Angkot Gaul adalah: 1) Poster dan Dusex (Dua Saudara Express) yang artinya adalah nama grup Angkot Gaul yang ada di Kota Padang dan ini adalah makna denotatif yang ditampilkan oleh pemilik Angkot Gaul. 2) *Black performance costum*, Pelangi, Bridgestone, Champions, Sparco merupakan nama khas yang dimaksudkan bahwa kata kata ini adalah konotatif yang diartikan bahwa Angkot Gaul tersebut akan terkesan gagah, trendi dan anak muda. Tetapi nama nama tersebut tidak terbatas hanya ini saja dan bisa ditambahkan tergantung pengemudi memodifikasinya. 3) 880. 051 dan sebagainya merupakan nomor angkutan umum di Kota Padang sesuai rute.

Bahasa merupakan alat utama yang digunakan budaya untuk menyalurkan kepercayaan, nilai dan norma. Bahasa merupakan akar bagi orang orang untuk berinteraksi dengan orang lain dan juga sebagai alat untuk berpikir. Maka, bahasa berfungsi sebagai suatu mekanisme untuk berkomunikasi dan sekaligus sebagai pedoman untuk melihat realitas sosial. (Ahmad Sihabudin, 2017).

Mengenai makna, Devito (1997: 120) menjelaskan bahwa isyarat mempunyai kebebasan makna, mereka tidak memiliki karakteristik atau sifat dari benda atau hal yang mereka gambarkan. Dalam beberapa budaya lain, kata kata dan makna tersebut tidak mempunyai hubungan langsung. Orang orang mungkin lebih memperhatikan makna

kata kata tertentu. Ini memungkinkan mereka memberi jawaban yang sesuai dan menyenangkan atas suatu pertanyaan, karena jawaban yang harfiah dan faktual bisa menyinggung perasaan. (Ahmad Sihabudin, 2017).

Pesan ikonik yang tak terkodekan

Menurut Mikke Susanto (2002), logo adalah tanda yang berfungsi sebagai identitas. Logo berfungsi sebagai identitas lembaga, perorangan, perusahaan, identitas asal daerah. Terbentuknya logo bisa saja karena adanya latar belakang kultur, produk yang dihasilkan, citra atau *image* (Sriwitari dan Widnyana, 2014).

Secara visual warna memang memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Menurut pakar warna Melly E Hoizschlag dalam Kusrianto (2007), secara psikologis masing masing warna memberikan respon tertentu. a) Oranye: energi, keseimbangan, kehangatan. b) Putih: kemurnian, bersih, kecermatan, innocent, steril, kematian. c) Hitam: kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakhahagiaan, keanggunan. (Ni Nyoman Sriwitari dan I Gusti Nyoman Widnyana, 2014).

Warna – warna berikut merupakan konotasi visual yang diturunkan dari penataan elemen – elemen visual yang ada pada Angkot Gaul, antara lain: a) Warna Orange: warna sesuai rute Angkot yaitu dari dan ke Pasar raya – Batas Kota. b) Gambar kemudi mobil: bermakna bahwa objek adalah kendaraan roda empat. c) Gambar Speed Meter merupakan bagian kendaraan. d) Gambar bendera kotak

kotak hitam putih merupakan lambang atau bendera dalam arena pacu balap.

Pesan ikonik yang terkodekan

Menurut Tinarbuko (2012:17) simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya. Istilah ini digunakan Barthes untuk merujuk denotasi harfiah, pemahaman langsung dari gambar dan pesan pada Angkot Gaul, yaitu beragam stiker dan gambar yang ditempelkan pada tubuh Angkot Gaul. Biasanya pengemudi memilih nama - nama yang terdengar keren, gagah dan berbahasa Inggris seperti Brrigestones yang diketahui bahwa nama tersebut adalah merk ban mobil yang terkenal. Atau stiker dengan tulisan Levi's 501 yang seringkali identik sebagai nama merek celana *jeans* terkenal dan mahal yang sebenarnya sama sekali tidak ada kaitan dengan Angkot Gaul. Namun, nama ini digunakan dengan alasan merek ini adalah merek mahal dan akan bagus jika ditempelkan pada Angkot Gaul.



Gambar 1: ketika wawancara dengan sopir Angkot Gaul (Sumber dokumentasi: Peneliti)



Gambar 2: tampilan samping Angkot Gaul

Ikonisitas dalam Perspektif Teori Semiotika Pierce

Semiotika merupakan kajian studi yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda atau lambang (Sobur, 2004:11). Tanda adalah basis dari seluruh perilaku komunikasi. Manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya sehingga banyak hal yang dapat dikomunikasikan.

Bahasa, dalam perspektif semiotika, hanyalah salah satu sistem tanda-tanda (Budiman, 2005:37).

Bagi Pierce, ikon adalah tanda yang didasarkan atas “keseperuaan” atau “kemiripan” (“*resemblance*”) di antara representamen dan objeknya, entah objek tersebut betul-betul eksis atau tidak. Akan tetapi, sesungguhnya ikon tidak semata-mata mencakup citra-citra realistis seperti lukisan, foto saja, melainkan juga ekspresi-ekspresi semacam grafik-grafik, skema-skema, peta geografis, persamaan-persamaan matematis, bahkan metafora (Budiman, 2005:56). Pierce mencirikan ikon sebagai “suatu tanda yang menggantikan (*stands for*) sesuatu semata-mata karena ia mirip dengannya”, sebagai suatu tanda yang “mengambil bagian dalam karakter-karakter objek”; atau sebagai suatu tanda yang “kualitasnya mencerminkan objeknya, membangkitkan sensasi-sensasi analog di dalam benak lantaran kemiripannya.” (Budiman, 2005:62).

Terdapat beberapa ikonisitas yang ditemukan dalam penelitian ini yang mana peneliti uraikan dengan membaginya ke dalam empat penjabaran berikut ini:

Dari segi bahasa atau kata-kata

Berdasarkan wawancara dengan sopir Angkot Gaul lainnya bernama Beni, ia menyatakan bahwa keberadaan Angkot Gaul ini sudah sangat lama berlangsung puluhan tahun dan ini memang suatu hal menjadi ikon di Kota Padang. Ikon itu terlihat dari modifikasi yang dilakukan oleh sopir maupun juragan Angkot Gaul yaitu berupa stiker stiker dengan kata kata tertentu seperti nama komunitas Angkot Gaul (yang terbagi dua yaitu Poster dan Dusex), nama yang berhubungan dengan

kendaraan seperti Bridgestone (merek ban terkenal), *Black* (nama merek rokok yang identik dengan laki laki) yang dipilih dan dengan adanya hal semacam ini terbentuklah nilai ikonitas yang melekat pada Angkot Gaul yang diketahui bahwa ikon tidak hanya sebagai tanda-tanda yang terdapat pada komunikasi visual tetapi juga pada hampir semua bidang semiotik termasuk juga bahasa. Dalam hal ini, juragan dan sopir Angkot Gaul memang sengaja memilih diksi yang menimbulkan kesan anak muda, trendi, dan gagah.

Dari segi lambang

Biasanya bentuk modifikasi Angkot Gaul dilakukan oleh sopir sekali enam bulan atau sekali setahun tergantung dana yang ada dan hal ini dilakukan untuk persaingan dengan Angkot Gaul lainnya. Ketika wawancara dengan Uda Andre pada Juli 2016, dia mengatakan bahwa sudah menjadi tradisi angkot Gaul selalu dimodifikasi. Uda Andre menambahkan bahwa dana untuk ini sudah jauh hari dipersiapkan. Hal ini dilakukan selain mampu menarik perhatian penumpang dan akhirnya memilih untuk naik Angkot Gaul juga membuat bangga sopir yang mengemudikan Angkot Gaul tersebut. Oleh karena itu para sopir yang sudah tua tidak akan mau atau bahkan tidak diperkenankan oleh juragan (pemilik) Angkot untuk mengemudikan kendaraan tersebut.

Modifikasi Angkot Gaul yang dilakukan oleh sopir, biasanya mereka memilih lambang yang terlihat *prestige* dan membanggakan seperti ada lambang Mercy, Mc Larren, dan lambang lambang yang berkaitan dengan kendaraan seperti lambang kemudi mobil dan *Speed Meter* Kendaraan.

Dari segi musik

Apa yang akan dikaji pada musik? Sistem tanda pada musik adalah *auditif*. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji dan menganalisis penggunaan musik oleh Sopir Angkot Gaul yang merupakan rangkaian *packaging* yang dimanfaatkan oleh Sopir agar menarik penumpang. Musik - musik yang diputarkan dalam angkot tersebut, akhirnya menjadi suatu ikon. Adapun musik yang didengarkan antara lain: Musik hits dari penyanyi terkenal di Sumatera Barat sering diputar oleh pengemudi Angkot Gaul walaupun secara visual modifikasi Angkot Gaul terlihat trendi dan gaya, tetapi musik yang didengar adalah dari penyanyi lokal khas Minang. Penyanyi tersebut antara lain Ratu Sikumbang dengan albumnya berjudul Ampun Mande dan Rindu di Hati. Ratu Sikumbang merupakan salah satu penyanyi muda kebanggaan orang Minang dan lagu-lagunya sangat digemari dan disukai oleh masyarakat. Selain Ratu Sikumbang, diputar pula juga lagu dari penyanyi lainnya bernama Ajo Buset. Jenis musik berikutnya yang menjadi teman penumpang saat mengendarai angkot gaul adalah music Pop Indonesia. Jenis lagu Pop Indonesia yang menjadi kesukaan di tengah masyarakat, utamanya anak muda sering diputar ketika naik Angkot Gaul. Lagu – lagu dari Band Noah, D’Masiv, Nidji, juga dari penyanyi solo Afgan, dan yang sedang tren adalah penyanyi Rizki Fabian yang terkenal dengan lagunya Kesempurnaan Cinta tak jarang menghiasi perjalanan penumpang semasa menaiki angkot gaul.

Selain itu, jenis music RnB juga sering kali di putar oleh sopir Angkot. Dilengkapi *sound system* canggih dan televisi maka lagu –lagu RnB terdengar seperti di diskotik atau pub. Inilah yang paling menjadi daya tarik untuk

penumpang anak muda. Bahkan biasanya penumpang tua tidak akan menaiki Angkot ini dengan alasan tidak kuat dengan suara musiknya yang begitu kencang dan menyesak dada.

Dari segi warna

Oranye tua adalah warna standar yang dipakai oleh Angkot rute Pasar Raya – Batas Kota dengan jarak tempuh sekitar 18 km. selain itu ada warna Putih, Biru muda, Hijau, Merah muda, dan Merah yang memiliki rute sendiri lainnya.

Sebenarnya masing masing angkot di atas memiliki angkot gaul juga. Tetapi peneliti hanya meneliti satu macam Angkot Gaul dengan rute Pasar Raya - Batas Kota, dengan warna oranye tua. Untuk angkot ini sendiri biasanya sopir memodifikasi dengan tambahan warna hitam pada bagian samping badan angkot. Peneliti sempat mewawancarai Uda Andre apakah penambahan warna diperbolehkan apa tidak. Lalu informan menjawab tidak boleh dan jika dijalan ada razia oleh DLLAJ maka akan di denda serta diminta untuk melepaskan semua stiker dan warna hitam harus dicat ulang menjadi warna orange tua.



Gambar 3: tampilan samping dan depan Angkot Gaul



Gambar 4: bagian dalam Angkot Gaul

KESIMPULAN

Ikonitas yang terdapat pada Angkot Gaul merupakan suatu fenomena yang menarik yang ada ditengah masyarakat Kota Padang. Nilai nilai tersebut terbentuk dari modifikasi berupa stiker yang ditempelkan pada bagian luar Angkot Gaul, kata - kata yang dipilih oleh pengemudi atau juragan Angkot juga memiliki makna tersendiri yaitu seperti semakin terlihat gagah, trendi dan hebat. Selain itu terdapat beberapa lambang yang digunakan yaitu kemudi mobil, *speed meter*, dan merek terkenal lainnya pun dijadikan simbol yang melekat pada modifikasi Angkot Gaul. Terakhir bagaimana musik yang diputarkan oleh pengemudi juga menjadi ikonitas kendaraan umum tersebut, yaitu memutar lagu Pop Minang, RnB Barat, dan Lagu dari penyanyi dan Band terkenal Indonesia.

Nilai ikonik lainnya adalah lewat tampilan khas Angkot Gaul, yaitu bagian dalam Angkot yang terlihat sangat berbeda dibandingkan angkutan lainnya. Dimana pengemudi menghiasnya dengan tambahan *sound system*, *speaker*, televisi, pemutar DVD yang cukup canggih, tong sampah, pewangi ruangan, dan hiasan lainnya berupa pajangan dan boneka. Maka hal inilah yang dijadikan

packaging angkot gaul yang membuat kendaraan ini sangat digemari oleh penumpang. Utamanya anak muda yang ingin mendapat kesenangan dan kepuasan tersendiri ketika menaiki Angkot Gaul dibandingkan angkutan umum biasa lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih Peneliti disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat Universitas Sahid yang telah memberikan bantuan dana yang dirasakan manfaatnya oleh Peneliti. Selanjutnya, kepada dosen dosen FIKOM Usahid yang telah membantu memberikan kritikan dan masukan yang berguna demi tertulisnya penelitian ini. Terakhir, peneliti ucapkan terima kasih kepada pihak pihak narasumber yaitu para pengemudi angkot gaul, juragan dan juga penumpang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Aminuddin. (1998). *Semantik: Pengantar Studi tentang Makna*. Bandung: Sinar Baru
- Anshori, D. S. (2017). *Etnografi Komunikasi. Perspektif Bahasa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Budi, A.P. (2013). *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, M. (2011). *Pesan, Tanda dan Makna. Buku teks dasar mengenai semiotika dan teori komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Pawitro, U. (2012). *Perkembangan 'Arsitektur Ikonik' di Berbagai Belahan Dunia*. Bandung: Institut Teknologi Nasional Bandung.
- Sihabudin, A. (2017). *Komunikasi Antarbudaya. Satu Perspektif Multidimensi*. (Ed.1, Cet.3). Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, A. (2015). *Ada Mitos Dalam DKV (Desain Komunikasi Visual)*. Jakarta: PT. Lintas Kreasi Imaji
- Sriwitari, N.N. dan I Gusti Nyoman Widnyana. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Tinarbuko, S. (2012). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra
- Venus, A. (2015). *Filsafat Komunikasi Orang Melayu*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.