

IMPLIKASI KOMUNIKATIF LOGO HARI KEMERDEKAAN: SEBUAH NOTA PENYELIDIKAN

SITI NURBAYU MOHD YUSOFF & BADRUL REDZUAN ABU HASSAN
UNIVERSITI KEBANGSAAN MALAYSIA

Abstrak

Dalam dunia hari ini yang serba canggih serta komunikasi yang semakin pantas, peranan logo amat penting untuk sesebuah syarikat, produk, persatuan, pertubuhan mahupun sesebuah negara. Justeru itu, logo harus direka cipta dengan teliti dan kreatif agar identiti ataupun imej yang diwakili dapat ditonjolkan dengan jelas, penuh bermakna dan menarik. Lazimnya, ia menjadi satu ikon dan simbol kepada apa jua yang diwakilinya. Peranannya amat penting dalam sesuatu kempen agar kewibawaan, konsep dan motif yang direncanakan dapat dihayati dengan cepat dan penuh berprestij oleh golongan sasaran. Umpamanya dalam kempen sambutan perayaan Hari Wanita Sedunia, Hari Bumi, Sukan Olimpik ataupun Tahun Melawat Malaysia. Kajian ini lebih menjurus pada logo Hari Kemerdekaan Malaysia. Justeru, kajian ini sendeng kepada kontroversi rekacipta logo rasmi yang digunapakai dalam sambutan Hari Kemerdekaan ke-55 pada tahun 2012. Inilah julung kali sebahagian masyarakat Malaysia dilihat begitu responsif terhadap sebuah rekacipta logo terutamanya di ruang publik digital. Menggunakan perspektif semiotik sosial dan analisis kritis wacana media, kajian ini bertujuan untuk mengkaji fungsi, impak serta implikasi komunikatif logo Hari Kemerdekaan berciri generik ikon gagasan 1Malaysia itu, dalam kehidupan seharian masyarakat negara ini.

Kata Kunci: *logo; Hari Kemerdekaan; semiotik sosial; analisis kritis wacana media; 1Malaysia*

National day Logo and Its Communicative Implications: A research Note

Abstract

In today's highly sophisticated world together with its increasingly rapid communication, the role of the logo is very important to a company, product, organizations, societies or even the nation. Thus, the logo should be carefully and creatively designed so that the identity or image represented can be prominently displayed, meaningful and interesting. Typically, it became an icon and a symbol of all that it represents. Logo plays a very important role in the campaign so that all integrity, concepts and motifs that are planned can be appreciated by the target group. For example, in a campaign celebration International Women's Day, Earth Day, the Olympics or the Visit Malaysia Year. The study is focused on Malaysia's Independence Day logo. Therefore, the research on the controversial tilt design the official logo used during the celebration of the 55th Independence Day in 2012. This is the first time a Malaysian society is seen as responsive to a spatial design logo especially in the digital public. Using social semiotic perspective and critical media discourse analysis, this study aims to examine the functions, impacts and implications of communicative logo and slogan Independence Day featured generic 1Malaysia icon, in the daily life of the country.

Keywords: *logo; Independence Day; social semiotic; critical media discourse analysis; 1Malaysia*

PENGENALAN

Sambutan Hari Kemerdekaan adalah kemuncak kepada satu pencapaian negara yang bebas dan merdeka yang disambut setiap tahun. Bagi rakyat Malaysia, 31 Ogos 1957 merupakan satu tarikh keramat yang tidak mungkin dapat dilupakan sampai akhir hayat. Sejarah perjuangan kemerdekaan perlu dihimbau saban tahun kerana perlakuan ini menjadi asas kepada kesinambungan integriti politik, ekonomi, sosial dan budaya sesebuah bangsa yang merdeka dan berdaulat. Tradisi sambutan Hari Kemerdekaan masih dikekalkan sebagai acara tahunan dan ia juga merupakan cuti umum yang diisytiharkan sebagai tanda penghormatan kepada pejuang kemerdekaan yang telah berusaha membebaskan negara ini daripada cengkaman penjajah. Sepanjang bulan kemerdekaan ada pelbagai aktiviti yang dianjurkan oleh kerajaan bagi membangkitkan semangat patriotisme dalam

jiwa masyarakat Malaysia. Hari Kemerdekaan merupakan antara sambutan di peringkat kebangsaan yang mempunyai logonya yang tersendiri. Setiap tahun logo dan tema baru dicipta hasil daripada Pertandingan Mencipta Logo dan Slogan Hari Kemerdekaan anjuran kerajaan untuk menggalakkan penyertaan masyarakat supaya sambutan Hari Kemerdekaan lebih dihargai oleh semua rakyat Malaysia. Menurut Profesor Madya Salmah Abu Mansor yang ditemubual; beliau berpendapat bahawa pada kebiasaannya logo dan tema Hari Kemerdekaan yang dicipta adalah berkait rapat dengan faktor sosial dan situasi semasa pada tahun-tahun tersebut.

Logo dianggap penting dalam membentuk identiti dan imej syarikat, produk, pertubuhan serta negara. Justeru, sambutan Hari Kemerdekaan didapati mempunyai satu nilai yang berharga yang perlu diterokai dengan lebih mendalam kerana kepekaan rakyat Malaysia tentang hari bersejarah ini telah diolah oleh media massa supaya sambutan meraikannya menjadi titik tumpuan semua orang. Justeru, kehadiran logo, slogan mahupun tema dalam konteks kempen sambutan perayaan Hari Kemerdekaan dirasakan cukup penting kepada pemerintah sebagai penganjur kerana elemen-elemen inilah yang sebenarnya memiliki daya tarik atau fokus yang berkesan sekiranya pemerintah bercadang untuk menggunakan elemen-elemen tersebut bagi menyampaikan sesuatu mesej yang relevan kepada masyarakat. Logo digunakan untuk menyampaikan mesej kepada masyarakat kerana masyarakat lebih mudah untuk memahami dan menerima mesej yang disampaikan melalui imej berbanding dengan perkataan (Moriarty & Duncan, 1990).

Malaysia mencapai kemerdekaan pada tahun 1957 manakala logo Hari Kemerdekaan pula hanya mula dicipta pada tahun 1976 sehingga kini. Walaubagaimanapun, pada tahun 2009 sehingga 2012, Malaysia telah menggunakan satu bentuk logo yang sama secara berulang-ulang. Pada tahun-tahun tersebut, pemerintah didapati telah menggunakan simbol 1Malaysia sebagai logo Hari Kemerdekaan cuma slogannya sahaja yang diubah. Perkara seperti ini tidak pernah lagi berlaku sebelum ini di mana satu logo gagasan yang berbeza telah dimasukkan ke dalam satu logo perayaan yang lain iaitu logo di dalam logo. Tidak jelas diketahui sama ada masyarakat bersetuju dengan penggunaan simbol 1Malaysia dalam logo Hari Kemerdekaan Malaysia tahun 2009 sehingga 2012. Tidak dapat dipastikan sama ada masyarakat mengiktiraf simbol tersebut sebagai sebahagian daripada logo Hari Kemerdekaan atau sebaliknya. Faktor pengulangan yang diaplikasikan pada logo tahun 2009 sehingga 2012 menimbulkan persoalan mengapa ia dirasakan sesuai dilaksanakan dan adakah masyarakat memahami mesej yang cuba disampaikan oleh pemerintah.

Penghayatan erti Kemerdekaan bukan hanya terletak pada tema dan slogan sahaja tetapi sebenarnya logo juga merupakan salah satu elemen penting dalam menyambut peristiwa yang bersejarah ini. Wacana tentang Kemerdekaan yang dimainkan oleh logo dalam sambutan Hari Kemerdekaan perlu dikaji agar fungsinya tidak bersifat kosmetik semata-mata dan tidak dapat diidentifikasi

serta diselami maknanya oleh masyarakat negara yang berbilang bangsa ini. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji fungsi, impak serta implikasi komunikatif logo Hari Kemerdekaan Malaysia dalam kehidupan seharian masyarakat negara ini. Didapati logo Hari Kemerdekaan tahun 2012 telah memberikan satu impak dan implikasi yang baru. Masyarakat telah memberikan satu reaksi yang tidak dijangka akibat daripada penghasilan logo dan slogan yang tidak bertepatan dengan konsep Merdeka. Masyarakat memberikan komen yang membina hasil tindak balas daripada logo Hari Kemerdekaan 2012 yang dicipta.

LOGO HARI KEMERDEKAAN

Tidak semua negara di dunia ini menggunakan logo sempena sambutan Hari Kemerdekaan negara masing-masing. Malaysia merupakan antara negara yang melihat logo sebagai satu elemen penting yang dapat memainkan peranan dalam mengajak rakyat supaya lebih menjiwai makna sambutan Hari Kemerdekaan. Logo Hari Kemerdekaan telah wujud sejak tahun 1976 iaitu kira-kira 19 tahun selepas Malaysia mencapai kemerdekaan pada 31 Ogos, 1957. Logo Hari Kemerdekaan yang pertama (1976) telah diperkenalkan oleh Tan Sri (kini Tun) Mohd. Ghazali Shafie selaku Pengerusi Perayaan Hari Kebangsaan tahun tersebut. Mulai tahun tersebut, logo-logo telah direkacipta oleh sekumpulan pensyarah dan penuntut Institut Teknologi MARA Shah Alam (kini UiTM) berdasarkan tema perayaan yang diputuskan oleh Jawatankuasa Pusat Perayaan Hari Kebangsaan.

Dalam tahun 1988, Tan Sri Sanusi Junid selaku Pengerusi Perayaan Hari Kebangsaan telah menyarankan supaya satu Pertandingan Mencipta Logo diadakan. Ianya bertujuan untuk mendapatkan karya yang lebih bermutu di samping menggalakkan lebih ramai rakyat Malaysia mengambil bahagian secara aktif dalam acara-acara sambutan Hari Kemerdekaan. Bermula tahun tersebut, pertandingan mencipta logo telah dikendalikan oleh Jawatankuasa Kecil Pertandingan Mencipta Logo kecuali pada tahun 1991 di mana logo yang bertemakan 'Wawasan 2020' telah direkacipta khusus oleh Tuan Haji Hashim Hassan, seorang artis dan juga Pensyarah Kanan, Kajian Senilukis dan Senireka di Institut Teknologi MARA, Shah Alam. Logo-logo yang digunakan pada tahun-tahun berikutnya telah dicipta oleh pemenang-pemenang pertandingan.

Logo Hari Kemerdekaan selalunya mencerminkan imej negara yang bebas dari jajahan kuasa luar. Elemen-elemen yang digunakan untuk merekabentuk sebuah logo Hari Kemerdekaan pada kebiasaannya mempunyai ciri-ciri yang berkaitan dengan semangat cintakan negara. Logo biasanya direkabentuk dalam satu imej yang menarik, ringkas tetapi padat dengan maksud tersirat sebaliknya yang dapat menggambarkan semua mesej yang hendak disampaikan. Logo yang dicipta pada asalnya berfungsi sebagai tapak atau platform untuk kerajaan menyampaikan mesej kepada masyarakat tentang sesuatu isu, sebagai contoh logo yang melambangkan perpaduan, kesepakatan, semangat setiakawan dan sebagainya melalui bentuk atau elemen yang digunakan dalam logo Hari

Kemerdekaan seperti bentuk bulat, orang, tangan dan sebagainya.



Gambar 1.0: Logo Hari Kemerdekaan Malaysia dari tahun 1976 hingga 2012 (sumber: www.malaysiamerdeka.gov.my)

Berikut merupakan logo-logo yang telah dicipta sempena sambutan Hari Kemerdekaan Malaysia semenjak tahun 1976 sehingga tahun 2012. Pada dasarnya logo-logo tersebut bercorak abstrak dan konsisten setiap tahun. Jelas kelihatan logo-logo dicipta menggunakan warna asas bendera Malaysia iaitu Jalur Gemilang kecuali logo yang dicipta pada tahun 1977.



Gambar 2.0: Logo Hari Kemerdekaan Malaysia 2009-2013

Berikut merupakan logo-logo Hari Kemerdekaan tahun 2009 sehingga tahun 2013. Logo-logo tahun 2009 sehingga 2012 telah menggunakan simbol yang sama iaitu angka "1" cuma slogannya sahaja yang diubah. Terdapat faktor pengulangan di dalam logo-logo tersebut di mana ia telah menggunakan simbol

gagasan 1Malaysia sebagai logo Hari Kemerdekaan Malaysia selama empat (4) tahun berturut-turut. Setelah mendapat kritikan yang hebat pada tahun 2012, Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia telah menganjur semula Pertandingan Mereka Cipta Logo Hari Kemerdekaan yang telah diadakan sempena sambutan Hari Kemerdekaan yang ke-56. Logo Hari Kemerdekaan 2013 adalah terhasil daripada pertandingan tersebut dan bertemakan “Malaysiaku Berdaulat, Tanah Tumpahnya Darahku”.

SEMOTIK SOSIAL

Semiotik merupakan ilmu yang mengkaji tentang tanda sebagai sebahagian daripada kehidupan sosial. Teori semiotik ini percaya bahawa ilmu tanda merupakan satu sains sosial yang penting kerana ia dapat mendatangkan atau menzahirkan makna-makna dan signifikasi tertentu. Teori semiotik adalah di antara teori kritikan pascamoden yang penting dan banyak digunakan kini. Semiotik mengambil berat tentang perhubungan antara bahasa, simbol dan makna. Analisis semiotik bermaksud menerokai perhubungan antara simbol dan makna. Ia membantu dalam memahami bagaimana mesej ditafsirkan. Jika perhubungan antara simbol dan makna adalah arbitrary, maka pelbagai tafsiran yang boleh dibuat terhadap perhubungan tersebut (Treadwell, 2011). Robert Hodge dan Gunther Kress berhujah bahawa tidak seperti banyak disiplin akademik, semiotik menawarkan kajian sistematik, komprehensif dan koheren fenomena komunikasi secara keseluruhan, bukan hanya kejadian (Hodge & Kress, 1988, ms 1).

Semiotik sosial merupakan satu cabang bidang semiotik yang mengkaji tentang tingkah laku manusia dalam konteks sosial dan budaya dengan lebih terperinci. Semiotik sosial berkembang daripada penyelidikan oleh Saussure untuk meneroka implikasi hakikat di mana kod bahasa dan komunikasi adalah terdiri daripada proses sosial. Semiotik sosial memberi tumpuan kepada penghasilan makna sosial oleh semua perkara secara lisan mahupun visual dalam kehidupan (Thibault, 1991). Ia juga mengkaji bagaimana sistem semiotik dibentuk oleh ideologi dan kepentingan sosial dan bagaimana ia telah digunakan sebagai perubahan sosial (Hodge & Kress, 1988). Semiotik sosial berkisar tentang penghasilan maksud sebagai amalan sosial, yang dijalankan oleh ejen-ejen sosial dalam konteks sosial dan budaya (Shirato & Yell, 2000). Semiotik sosial menyumbangkan makna kepada kuasa bukan mengaitkan kuasa untuk makna. Teori semiotik sosial Robert Hodge dan Gunther Kress lebih menjurus kepada penggunaan sistem semiotik dalam tingkah laku sosial. Mereka menerangkan bahawa kuasa sosial sesebuah teks dalam masyarakat adalah bergantung kepada tafsiran di mana setiap pengeluar mesej bergantung kepada penerima untuk ia berfungsi seperti yang sepatutnya (Hodge & Kress, 1988, ms 4). Semiotik sosial visual berfungsi seolah ia melihat sumber visual telah dibangunkan untuk melakukan tugas khusus semiotik. Peranan utama semiotik sosial adalah untuk membangunkan rangka kerja analisis dan teori yang dapat menjelaskan makna

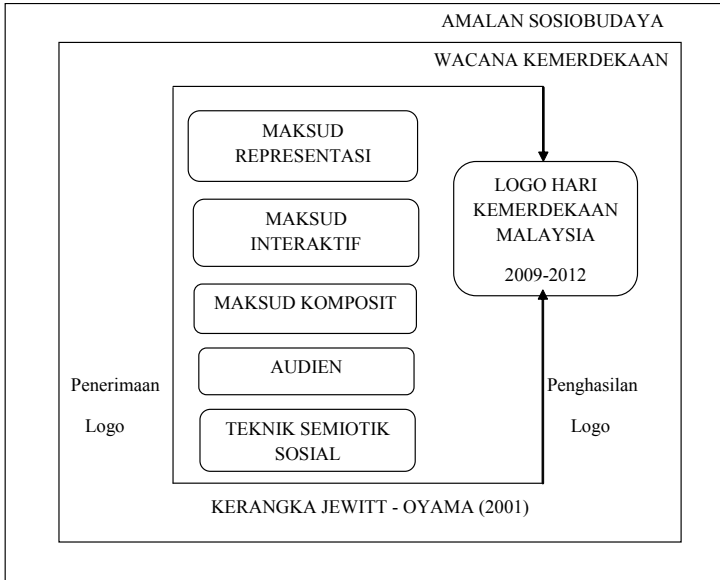
membuat dalam konteks sosial (Thibault, 1991).

METODOLOGI KAJIAN

Terdapat beberapa kaedah yang boleh digunakan untuk mengkaji sesuatu penyelidikan. Antaranya kaedah kualitatif di mana ia menekankan usaha untuk mendapat makna daripada penerokaan pengumpulan maklumat berdasarkan sesuatu permasalahan kajian (Asiah Sarji, Faridah Ibrahim, Shamsubaridah Ramlee, 2009). Kajian ini menggunakan pendekatan semiotik sosial yang menggabungkan kerangka teori wacana Fairclough (1995) dan kaedah analisis kritis wacana media Jewitt-Oyama (2001). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menerusi kaedah temu bual mendalam. Kaedah ini dipilih kerana kami merasakan bahawa ianya sesuai digunakan untuk melihat pandangan kritis masyarakat terhadap wacana kemerdekaan yang dimainkan oleh logo.

Temu bual mendalam dilakukan untuk mendapatkan pandangan dan kritikan daripada golongan akademik dan profesional terhadap logo Hari Kemerdekaan. Dalam masa yang sama maklumat yang diinginkan adalah bersifat mendalam untuk memahami persepsi dan sikap khalayak terhadap isu yang dikaji. Temu bual mendalam telah dijalankan terhadap lima (5) orang individu yang terdiri daripada ahli akademik (2 orang), pereka bentuk grafik (1 orang) dan pengamal media (2 orang). Pandangan dan pendapat daripada mereka ini penting untuk dijadikan panduan dalam melaksanakan kajian ini. Kaedah ini dirasakan sesuai untuk meneroka maklumat dalam kajian mengenai fungsi, impak dan implikasi logo daripada pemerintah terhadap rakyat.

Semiotik digunakan sebagai alat dalam penyelidikan berbentuk kritikal. Ditegaskan di sini bahawa semiotik merupakan satu cabang ilmu untuk membuat analisis terhadap tanda dan segala-galanya yang berkaitan dengan tanda. Jewitt dan Oyama, telah mengembangkan idea sosial semiotik untuk imej, menggunakan istilah yang sedikit berbeza iaitu representasi, interaktif dan komposit. Justeru, pendekatan ini dilihat sesuai diaplikasikan dalam konteks kajian logo Hari Kemerdekaan Malaysia tahun 2009 hingga 2012 kerana logo-logo ini adalah terlibat sebagai sebahagian daripada semiotik sosial. Logo berperanan untuk menyampaikan nilai yang tersirat dalam sebuah sambutan Hari Kemerdekaan. Justeru, analisis kritis wacana media Jewitt-Oyama dilakukan terhadap logo Hari Kemerdekaan tersebut dan penginterpretasian yang sesuai dibuat berpandukan asas-asas semiotik.



Gabungan Kerangka Kerja Fairclough & Kerangka Kerja Jewitt-Oyama

Berpandukan kerangka kerja Jewitt-Oyama, dapat dijelaskan bahawa penggunaan dan penerimaan logo adalah berdasarkan kepada makna representasi, makna interaktif dan makna komposit yang terkandung dalam logo Hari Kemerdekaan yang dipadatkan dengan kemas oleh pemerintah. Seterusnya, masyarakat merungkai dan memahami dengan teliti maksud yang disampaikan pemerintah berpandu kepada kerangka kerja yang dinyatakan dan menerima logo Hari Kemerdekaan yang disajikan oleh pemerintah itu.

Dari sudut teoritis, analisis kritis wacana media mencakupi segala aktiviti semiotik dari lisan, bukan lisan hinggalah media visual seperti filem, video, fotografi dan grafik yang terwacana melalui struktur dan strategi komunikasi yang sering beroperasi di bawah paras sadar (subconscious) khalayak media (Badrul Redzuan & Faridah Ibrahim, 2012). Pada peringkat analisis makna global dan tempatan, strategi representasi diri sendiri dianggap bersifat positif manakala representasi diri orang lain dianggap sebagai ciri negatif, yang menekankan perkara baik yang ada pada diri seseorang dan perkara tidak baik pada orang lain. Dalam kajian ini, pemerintah dilambangkan sebagai perwakilan baik, iaitu pemimpin yang cuba menyampaikan mesej baik kepada masyarakat. Masyarakat pula dianggap sebagai perwakilan yang perlu disedarkan tentang kepentingan perpaduan dalam masyarakat pelbagai kaum dan etnik.

Seseorang perlu mengambil kira proses penghasilan logo, keadaan semasa dan praktis penerimaan masyarakat. Logo yang dianalisis berasingan daripada pandangan masyarakat telah dikritik dalam kajian ini. Hal ini bermaksud tafsiran tentang logo merupakan proses yang terhasil daripada antara muka

pelbagai sumber tafsiran yang terdapat pada logo dan ciri logo itu sendiri. Dalam analisis ini, elemen yang membentuk logo akan diberi fokus dan kemudiannya dihubungkan dengan aspek sosiobudaya masyarakat. Analisis ini dibuat bertitik tolak daripada pandangan Kress (1990) yang mengatakan keperluan untuk menghubungkan analisis tekstual dengan analisis sosial dalam rutin organisasi semasa penghasilan dan penggunaan teks. Hubungan antara praktis sosiobudaya dengan teks dengan praktis wacana pula melibatkan analisis makro dan mikro terhadap peristiwa yang saling berkait, termasuklah proses pembinaan wacana yang perlu diinterpretasikan dengan merujuk konteks dan kesan sebenar wacana tersebut dalam praktis masyarakat dan budaya.

DAPATAN KAJIAN

Bahagian ini membentangkan hasil kajian berpandukan pendekatan semiotik sosial yang menggabungkan kerangka teori wacana Fairclough (1995) dan kaedah analisis kritis wacana media Jewitt-Oyama (2001). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menerusi kaedah temu bual mendalam.

DAPATAN ANALISIS KRITIS WACANA MEDIA

Analisis wacana dilakukan untuk mendapat pemahaman yang lebih jelas terhadap teks dan bagaimana ia memberi makna yang berguna kepada penggunaanya. Analisis wacana dilakukan untuk mencari maksud yang tertanam di dalam warna, nombor, imej dan sebagainya. Analisis wacana membantu dalam mencari maksud yang dibina oleh seseorang yang kita tidak nampak.

LOGO HARI KEMERDEKAAN MALAYSIA 2009



Bermula tahun 2009, logo sambutan Hari Kemerdekaan telah menggunakan simbol 1Malaysia sebagai elemen utama. Simbol yang berupa angka '1' telah digunakan. Logo Kemerdekaan tahun tersebut hanya terdiri atas simbol 1Malaysia semata-mata tanpa ada teks lain di atas logo tersebut. Simbol 1Malaysia itu merupakan angka '1' yang mana terdapat bendera Malaysia kelihatan seolah-olah membaluti angka '1' tersebut. Di dalam ruang angka tersebut telah diisi dengan sebahagian daripada corak bendera Malaysia. Kelihatan hanyalah sebahagian daripada lambang bulan sabit dan matahari. Terdapat juga jalur merah dan putih serta warna biru yang melatari bulan dan bintang tersebut. Ini melambangkan bendera Malaysia yang diangkat sebagai lambang kemegahan negara kerana bendera merupakan satu simbol maruah negara. Angka '1' itu diletakkan (placing) secara menegak. Ini menggambarkan keutuhan dan kegagahan simbol satu yang mencerminkan semangat bersatu yang harus dipegang teguh oleh segenap lapisan masyarakat di Malaysia. Perkataan "Malaysia" diletakkan di dalam angka '1' di bahagian bawah dan di tengah-tengah sebagai melambangkan identiti atau jenama negara itu sendiri. Simbol yang ringkas dengan menggunakan angka '1' beserta dengan elemen-elemen yang disebutkan tadi sudah cukup untuk menarik perhatian masyarakat dan mengfokus terhadap simbol tersebut yang dianggap unik.

LOGO HARI KEMERDEKAAN MALAYSIA 2010



Logo Hari Kemerdekaan tahun 2010 ini masih mengekalkan elemen-elemen yang sama seperti logo hari Kemerdekaan tahun 2009. Cuma terdapat penambahan iaitu slogan “1Malaysia Menjana Transformasi” telah diletakkan bersama-sama dengan logo yang digunakan. Slogan tersebut diletakkan di bahagian bawah logo. Melalui slogan yang digunakan, pemerintah menyeru agar rakyat pelbagai kaum di seluruh Malaysia (1Malaysia) agar bersatu padu dan berganding bahu dalam menjana perubahan yang positif. Elemen pengulangan mula digunakan di sini di mana simbol 1Malaysia masih digunakan sebagai elemen utama dalam logo Hari Kemerdekaan Malaysia.

LOGO HARI KEMERDEKAAN MALAYSIA 2011



Pada tahun 2011, Malaysia masih mengekalkan simbol 1Malaysia yang sama sebagai logo rasmi Hari Kemerdekaan cuma slogannya sahaja diubah. Slogan “Transformasi Berjaya, Rakyat Sejahtera” menggambarkan harapan pemerintah pada tahun sebelumnya agar rakyat Malaysia dapat menjana transformasi, telah berjaya. Transformasi yang diharapkan oleh pemerintah telah diperolehi dan tercapai. Oleh sebab itu, kesan yang dapat dilihat akibat daripada transformasi tersebut adalah rakyat dapat hidup dalam keadaan aman sejahtera. Elemen pengulangan yang diterapkan, berjaya membuatkan masyarakat mengingati simbol 1Malaysia itu.

LOGO HARI KEMERDEKAAN 2012



Pada tahun 2012 pula, memperlihatkan kerajaan masih lagi mengekalkan simbol 1Malaysia pada logo Hari Kemerdekaan tetapi kelihatan penambahan terhadap penggunaan grafik bersamasama simbol 1Malaysia tersebut. Logo Hari Kemerdekaan tahun 2012 ini telah melalui fasa perubahan yang agak kritikal di mana elemen-elemen yang digunakan agak bercelaru. Di situlah letaknya keunikan logo tersebut di mana beberapa elemen yang kontra telah dipadatkan dan dirangkumkan menjadi satu logo. Simbol 1Malaysia yang sama seperti tahun-tahun yang sebelum ini masih kekal digunakan pada logo Hari Kemerdekaan tahun 2012 ini. Ia membawa maksud yang sama seperti yangdihuraikan terdahulu. Di dalam logo tersebut juga terdapat satu lagi elemen bendera yang diletakkan iaitu di sudut atas kanan logo. Imej bendera tersebut kelihatan seperti sedang berkibar. Ini melambangkan satu elemen megah kerana bendera (lambang) yang menjadi imej dan identiti negara diangkat tinggi dan diberi penghormatan. Bendera seharusnya diletakkan di atas sekali dan di kanan sekali sebagai lambang kedaulatan dan lambang keagungan. Angka 55 pula mencerminkan Kemerdekaan negara telah mencapai usia 55 tahun dan warna kuning yang digunakan pada angka 55 tersebut adalah lambang diRaja; iaitu lambang kedaulatan negara. Ia diletakkan di tengah-tengah logo kerana di situ merupakan titik tumpuan mata yang memandang. Ada faktor menarik di situ kerana kedudukannya mudah untuk dilihat. Huruf “M” dalam saiz besar diletakkan di sebelah simbol 1Malaysia kerana ia melambangkan kemegahan negara. Warna biru gelap digunakan sebagai lambang keteguhan dan keutuhan negara yang disanjung. Tulisan “erdeka” yang dicondongkan dan ditulis dalam keadaan bersambung-sambung mencerminkan liku-liku kehidupan yang dilalui oleh semua dalam mencapai kemerdekaan dan juga boleh ditafsirkan sebagai liku-liku yang perlu ditempuhi dalam memastikan tanahair tercinta terus maju dan berkembang pesat. Slogan “Janji Ditepati” pula merupakan pelengkap kepada logo sambutan Hari Kemerdekaan Malaysia tahun 2012 di mana slogan tersebut mempunyai maksud yang tersirat yang hanya boleh difahami oleh individu yang membacanya.

RUMUSAN ANALISIS KRITIS WACANA LOGO HARI KEMERDEKAAN 2009-2012

Bermula tahun 2009, logo sambutan Hari Kemerdekaan telah menggunakan simbol 1Malaysia sebagai elemen utama. Simbol yang berupa angka ‘1’ telah digunakan. Logo Kemerdekaan tahun tersebut hanya berdiri atas simbol 1Malaysia semata-mata tanpa ada teks lain di atas logo tersebut. Simbol 1Malaysia itu merupakan angka ‘1’ yang mana terdapat bendera Malaysia kelihatan seolah-olah membaluti angka ‘1’ tersebut. Di dalam ruang angka tersebut telah diisi dengan sebahagian daripada corak bendera Malaysia. Kelihatan hanyalah sebahagian daripada lambang bulan sabit dan matahari. Terdapat juga jalur merah dan putih serta warna biru yang melatari bulan dan bintang tersebut. Ini

melambangkan bendera Malaysia yang diangkat sebagai lambang kemegahan negara kerana bendera merupakan satu simbol maruah negara. Di dalam dunia ini, bendera merupakan satu elemen yang sangat dihormati dan ia mencerminkan imej dan identiti sesebuah negara. Angka '1' itu diletakkan secara menegak. Ini menggambarkan keutuhan dan kegagahan simbol satu yang mencerminkan semangat bersatu yang harus dipegang teguh oleh segenap lapisan masyarakat di Malaysia. Perkataan "Malaysia" diletakkan di dalam angka '1' di bahagian bawah dan di tengah-tengah sebagai melambangkan identiti atau jenama negara itu sendiri. Menurut Carey Jewitt dan Rumiko Oyama (2001), sesuatu elemen yang diletakkan di 'pusat' (baca di tengah-tengah) dilihat sebagai memiliki kekuasaan atau berupaya melakukan hubungan semantik dengan elemen-elemen 'pinggiran' bersama-sama. Elemen-elemen 'marginal' kemudiannya dalam erti kata lain unsur-unsur yang diadakan bersama oleh pusat - milik syarikat itu serta kepunyaannya, bergantung kepada konteks. Segala mesej yang hendak disampaikan oleh pemerintah kepada rakyat tentang penyatuan masyarakat pelbagai kaum telah dipadatkan kesemuanya di dalam simbol tersebut. Simbol yang ringkas dengan menggunakan angka '1' beserta dengan elemen-elemen yang disebutkan tadi sudah cukup untuk menarik perhatian masyarakat dan mengfokus terhadap simbol tersebut yang dianggap unik.

Logo Hari Kemerdekaan tahun 2010 ini masih mengekalkan elemen-elemen yang sama seperti logo hari Kemerdekaan tahun 2009. Terdapat penambahan; iaitu slogan "1Malaysia Menjana Transformasi" telah diletakkan bersama-sama dengan logo yang digunakan. Slogan tersebut diletakkan di bahagian bawah logo. Melalui slogan 1Malaysia yang digunakan, pemerintah menyeru agar rakyat pelbagai kaum di seluruh Malaysia agar bersatu padu dan berganding bahu dalam menjana perubahan yang positif. Perubahan yang dimaksudkan adalah perubahan dari pelbagai aspek seperti berubah sikap menjadi lebih positif, rajin dan kuat berusaha dalam memajukan diri dan negara. Perubahan juga merangkumi perubahan yang membentuk negara yang sedang membangun agar terus melonjak ke hadapan sehingga menjadi negara maju yang dibanggakan. Elemen pengulangan mula digunakan di sini di mana simbol 1Malaysia masih digunakan sebagai elemen utama dalam logo Hari Kemerdekaan Malaysia.

Pada tahun 2011, Malaysia masih mengekalkan simbol 1Malaysia yang sama sebagai logo rasmi Hari Kemerdekaan negara cuma slogannya sahaja yang diubah. Slogan "Transformasi Berjaya, Rakyat Sejahtera" menggambarkan harapan pemerintah pada tahun sebelumnya agar rakyat Malaysia dapat menjana transformasi telah berjaya. Transformasi yang diidamkan oleh pemerintah telah diperolehi dan tercapai. Oleh sebab itu, kesan yang dapat dilihat akibat daripada transformasi tersebut adalah rakyat dapat hidup dalam keadaan aman sejahtera. Mesej yang dipadatkan melalui simbol yang sudah pasti dilihat oleh seantero negara dapat disampaikan kepada rakyat bahawa misi transformasi yang dirancang oleh pemerintah telah difahami oleh rakyat dan rakyat melaksanakan apa yang diseru oleh pemerintah. Dengan pemberitahuan melalui

simbol tersebut, rakyat pasti akan gembira dan rasa bangga kerana dapat melaksanakan peranan masing-masing agar berganding bahu dan bekerjasama dalam menjana transformasi yang diidamkan oleh pemerintah. Elemen pengulangan yang diterapkan, berjaya membuatkan masyarakat ingat akan simbol 1Malaysia itu. Walaupun pada awalnya masyarakat berasa janggal dan sukar untuk menerima logo yang ringkas tetapi lama kelamaan simbol tersebut melekat dalam ingatan masyarakat sehingga kini.

Pada tahun 2012 pula, memperlihatkan kerajaan masih lagi mengekalkan simbol 1Malaysia pada logo Hari Kemerdekaan tetapi kelihatan penambahan terhadap penggunaan grafik bersama-sama simbol 1Malaysia tersebut. Logo Hari Kemerdekaan tahun 2012 ini telah melalui fasa perubahan yang agak kritikal di mana elemen-elemen yang digunakan agak bercelaru. Di situlah letaknya keunikan logo tersebut di mana beberapa elemen yang kontra telah dipadatkan dan dirangkumkan menjadi satu logo. Simbol 1Malaysia yang sama seperti tahun-tahun yang sebelum ini masih kekal digunakan pada logo Hari Kemerdekaan tahun 2012 ini. Ia membawa maksud yang sama seperti yangdihuraikan terdahulu. Di dalam logo tersebut juga terdapat satu lagi elemen bendera yang diletakkan iaitu di sudut atas kanan logo. Imej bendera tersebut kelihatan seperti sedang berkibar. Ini melambangkan satu elemen megah di mana perasaan individu apabila melihat bendera negara sedang berkibar tinggi di angkasa, secara automatiknya adrenalin yang mengalir di dalam tubuh badan akan meningkat. Serta merta individu akan rasa megah dan bangga kerana bendera (lambang) yang menjadi imej dan identiti negara diangkat tinggi dan diberi penghormatan. Bendera seharusnya diletakkan di atas sekali dan di kanan sekali sebagai lambang kedaulatan dan lambang keagungan. Angka '55' pula mencerminkan Kemerdekaan negara telah mencapai usia 55 tahun dan warna kuning yang digunakan pada angka 55 tersebut adalah lambat diRaja; iaitu lambang kedaulatan negara. Ia diletakkan di tengah-tengah logo kerana di situ merupakan titik tumpuan mata yang memandang. Ada faktor menarik di situ kerana kedudukannya mudah untuk dilihat. Huruf "M" dalam saiz besar diletakkan di sebelah simbol 1Malaysia kerana ia melambangkan kemegahan negara. Warna biru gelap digunakan sebagai lambang keteguhan dan keutuhan negara yang disanjung. Maksudnya, rakyat dan pemerintah di dalam negara ini tidak gentar dengan ujian dan cabaran yang diberi oleh kuasa luar terhadap mereka. Tabah dan kuat dalam mempertahankan kedaulatan negara. Tulisan "erdeka" yang dicondongkan dan ditulis dalam keadaan bersambung-sambung mencerminkan liku-liku kehidupan yang dilalui oleh semua dalam mencapai kemerdekaan dan juga boleh ditafsirkan sebagai liku-liku yang perlu ditempuhi dalam memastikan tanahair tercinta terus maju dan berkembang pesat. Slogan "Janji Ditepati" pula merupakan pelengkap kepada logo sambutan Hari Kemerdekaan Malaysia tahun 2012 di mana slogan tersebut mempunyai maksud yang tersirat yang hanya boleh difahami oleh individu yang membacanya. Persepsi setiap individu sudah pastinya berlainan antara satu sama yang lain kerana ada yang melihat slogan

tersebut sebagai “Janji” pemerintah yang ditepati dan ada juga yang mentafsirkan bahawa ianya “Janji” rakyat kepada pemerintah. Mesej yang cuba disampaikan melalui logo Hari Kemerdekaan tahun 2012 ini sangat simbolik dan penuh rahsia yang harus dirungkaikan sendiri oleh masyarakat yang melihatnya.

Berpandukan analisis semiotik sosial Carey Jewitt, diperhatikan bahawa logo-logo Hari Kemerdekaan Malaysia dari tahun 2009 sehingga 2012 masih mengekalkan warna-warna rasmi yang mencerminkan identiti Malaysia iaitu merah, putih, biru, kuning. Warna-warna tersebut terdapat pada bendera rasmi Malaysia. Apabila melihat logo Hari Kemerdekaan, ia lansung mengingatkan kita terhadap bendera Malaysia. Secara tidak lansung mencetuskan semangat patriotik yang kuat dalam diri seseorang. Warna juga memainkan peranan yang penting dalam sesebuah logo agar lebih menonjol supaya kehadirannya disedari dan diingati. Didapati faktor pengulangan terhadap logo Hari Kemerdekaan dari tahun 2009 sehingga 2012 telah memberikan impak yang besar terhadap masyarakat. Kanak-kanak kecil sehingga ke warga tua, semuanya mengenali simbol 1Malaysia. Saban tahun masyarakat dipertontonkan dengan simbol 1Malaysia dan lama kelamaan ianya sehati dalam diri dan menjadi dekat dengan masyarakat.

DAPATAN TEMU BUAL MENDALAM

Di sini kami melaporkan dapatan kajian berdasarkan tiga (3) soalan penting temu bual mendalam yang telah dijalankan. Soalan-soalan tersebut diberi tumpuan berbanding dengan soalan-soalan yang lain kerana kami merasakan soalan-soalan tersebut relevan dengan konteks logo yang ingin dikaji iaitu mengenai fungsi, impak dan implikasi komunikatif logo Hari Kemerdekaan dalam kehidupan masyarakat. Berikut merupakan keterangan informan-informan yang dipilih berdasarkan jawapan yang berkaitan dengan soalan yang telah diajukan. Setiap dialog yang dinyatakan adalah secara verbatimnya daripada informan dan tiada sebarang pengubahsuaian yang dilakukan bagi menjamin ketulenan informasi.

FUNGSI LOGO HARI KEMERDEKAAN

Soalan 1: Apakah kepentingan logo terhadap sambutan Hari Kemerdekaan? Sila nyatakan pendapat anda.

Informan ditanya mengenai pendapat mereka terhadap kepentingan logo dalam sambutan Hari Kemerdekaan dan mereka menyuarakan pendapat mengikut persepsi masing-masing. Berikut kenyataan yang telah diungkapkan oleh informan-informan ini.

Informan A:	... kalau slogan orang kata panjang-panjang lama-lama orang tak ingat kan? Tapi logo ni... aaa... bila dia masuk je dalam kepala orang, orang pun berfikir. Automatik kita akan respon...Logo lagi penting. Tema tak sepenting logo... Orang tak boleh nak ingat tema compared to logo...
--------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Informan B:	... when you have a theme sometimes elok sebab tema dah ada, why not kita create logo... Tiap-tiap company dia ada slogan... dia mesti ada logo... dan logo tu akan menunjukkan tema dan also the social aspect of the people at that time...
Informan D:	Pada pendapat saya... dia (logo) penting dan tidak penting... aaa... itu terpulang... dia ambil banyak ciri-ciri untuk apa membuat satu strategi untuk rakyat... Jadi pada saya la... kalau Malaysia ni nak buat sesuatu... Penting ataupun tidak penting... Tapi terpulang pada apa strategi kerajaan... apa mesej yang dia nak sampaikan dalam masa 10 tahun... ia bukan jangka masa pendek... ia ambil jangka masa panjang kerana Malaysia sebuah negara yang asyik bertukar menteri di jabatan-jabatan kementerian.... Jadi perkara ni selalunya bertukar-tukar la...
Informan E:	It's actually branding for that year punya tema actually... So, kenapa setiap tahun dia berubah... tema dia pun dia nak kena brand... and also untuk dia punya... aaa... untuk dia nak buat dia punya collateral la... Jadi, kalau takde logo... jadi benda tu tak nampak... So, jadi logo tu perlu untuk nak... aaa... nak buat all the banner la... nak buat all the billboards la... So, kalau takde logo then it's hard for you to put on the billboards... There must be a logo to put in a simplified manner... for that year... So, the logo presents the theme... So, you have to do the logo... aaa... Tapi memang dia berubah-ubah la... Tak boleh nak avoid...

Kesimpulan: Terdapat informan yang menyatakan bahawa logo lebih penting daripada tema sempena sambutan Hari Kemerdekaan. Ini adalah kerana, menurut mereka logo itu lebih mudah untuk diingati berbanding dengan tema dan logo sebenarnya menunjukkan tema dan aspek sosial masyarakat pada ketika itu. Informan menyatakan bahawa kepentingan logo terletak kepada strategi pemerintah dan mesej yang hendak disampaikan kepada masyarakat dalam jangka masa yang panjang. Logo dilihat mempunyai elemen yang boleh digunakan di dalam kempen sempena sambutan Hari Kemerdekaan.

IMPAK LOGO HARI KEMERDEKAAN

Soalan 2: Terdapat faktor pengulangan digunakan dalam logo Hari Kemerdekaan tahun 2009 hingga 2012 dan slogannya sahaja yang diubah. Apakah pendapat anda?

Informan ditanya mengenai persepsi mereka terhadap faktor pengulangan yang terdapat pada logo Hari Kemerdekaan tahun 2009 hingga 2012 dan mereka memberikan persepsi yang hampir sama. Berikut kenyataan yang telah diungkapkan oleh informan-informan ini.

Informan A:	... Ia berterusan... faktor pengulangan ni dia ada... strategi kerajaan... dia nak penyatuan 1Malaysia..... jadi tak boleh buat setahun... kalau buat setahun tu, orang tak boleh nak ingat... dasar kerajaan ni, kena buat lagi, kena buat lagi sampai orang ingat... macam kita nak indoktrinate rakyat, kita kena kerap... indoktrinate ni kita kena masukkan dalam kepala dan pada masa ni hal perpaduan agak kritikal... kerajaan ulang-ulang balik pasal pentingnya 1Malaysia ni...
--------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Informan C:	... sekarang ni dekat Malaysia, dia ada satu trend... trend kerajaan. Trend kerajaan ni dia ada tema macam nilah 1Malaysia, jadi dia bawak 1Malaysia ni ke mana-mana sahaja yang related dengan kerajaan termasuklah Hari Merdeka. Jadi... aaa... nak tak nak 2009, 2010, 2011 dia gunakan logo 1Malaysia ni dekat mana-mana... Sebenarnya logo 1Malaysia ni sekali pandang dia takde la masalah besar sangat... still boleh accept lagi la...
Informan E:	They are trying to... aaa... instill in people's mind about that unification of the country. You have to put aside our differences... if you want to achieve your independence kan?

Kesimpulan: Majoriti masyarakat bersetuju dan menerima jika pemerintah menggunakan satu bentuk simbol yang sama sebagai logo Hari Kemerdekaan. Menurut mereka, faktor pengulangan itu penting untuk menarik perhatian audien terhadap mesej yang ingin disampaikan disebalik simbol tersebut. Mereka berpendapat bahawa kaedah pengulangan dapat menarik perhatian audien untuk melihat dan apabila sesuatu logo dilihat dengan kerap, secara tidak langsung mesej dapat diserap dan disimpan dalam minda masyarakat. Hasrat pemerintah untuk masyarakat mengenali simbol 1Malaysia telah tercapai menerusi strategi pengulangan yang digunakan ini.

IMPLIKASI LOGO HARI KEMERDEKAAN

Soalan 3: Logo Hari Kemerdekaan tahun 2009 hingga 2012 dikatakan sebagai “logo di dalam logo” di mana logo gagasan 1Malaysia telah dimasukkan di dalam logo Hari Kemerdekaan Malaysia. Apakah pendapat anda?

Informan ditanya mengenai pendapat mereka terhadap penggunaan logo 1Malaysia di dalam logo Hari Kemerdekaan tahun 2009 sehingga 2012 dan mereka memberikan respon berikut:

Informan A:	... saya pun dari awal bila dia (kerajaan) masukkan ini, saya secara peribadi tak bersetuju kerana ini lebih kepada pasal 1Malaysia... lebih kepada kerajaan punya mission... kerajaan punya harapan... mesti kaitkan dengan patriotik, semangat sayangkan negara.... Kita melihat balik sejarah... ini lebih kepada mission kerajaan...
Informan B:	... bila kita tengok logo, kita kena fokus... Design ni you kena fokus. Bila you tengok yang ni... mana fokus dia? ... This is no more a logo. Logo ni something very simplified. Bila orang tengok... Nampak (logo).
Informan C:	... apabila logo yang membawa erti lain dimasukkan dalam satu logo yang lain untuk tujuan... nak membawa erti yang lain... jadi dia dah misleading.... masyarakat confuse...
Informan D:	... jadi takpe pada saya dia gunakan 1Malaysia ke... 1 apa ke... Dia hanya melambangkan 1 bangsa... Semuanya 1... Jadi, dia tak pun memeningkan minda masyarakat la... Pasal masyarakat terlalu berat nak fikir macam-macam... Jadi, takpe... Dia (pemerintah) nak simple dan impak kan? Jadi... takde masalah la... Sama ada orang suka atau tak suka... itu memang adat manusia la... Jadi kita tak boleh katakan semuanya kita suka kan?

Kesimpulan: Majoriti informan membantah dan tidak bersetuju sekiranya logo yang membawa erti yang lain dimasukkan ke dalam logo Hari Kemerdekaan. Menurut mereka, ini akan hanya akan menimbulkan kekeliruan kepada masyarakat. Bagi mereka, logo Hari Kemerdekaan seharusnya merupakan suatu logo yang ringkas dan tidak bercampur dengan logo yang telah digunakan untuk tujuan yang berbeza. Namun begitu, ada informan bersetuju dengan cara pemerintah meletakkan simbol 1Malaysia pada logo Hari Kemerdekaan kerana beranggapan ia merupakan salah satu pendekatan yang digunakan oleh pemerintah untuk meletakkan fokus masyarakat terhadap 1Malaysia agar mesej yang cuba disampaikan oleh pemerintah itu berjaya.

RUMUSAN TEMUBUAL MENDALAM

Menerusi kaedah temu bual mendalam, didapati logo itu sememangnya memainkan fungsi yang penting dalam sambutan Hari Kemerdekaan terutamanya membantu dalam kempen-kempen sepanjang bulan Kemerdekaan. Logo digunakan untuk tujuan mempromosikan dan mewar-warkan bulan Kemerdekaan kepada khalayak menerusi iklan di media cetak mahupun media elektronik. Namun begitu, rekabentuk logo Hari Kemerdekaan yang berlainan setiap tahun dilihat tidak mempunyai unsur kesinambungan dan menyukarkan masyarakat untuk mengingati logo Hari Kemerdekaan tersebut. Penghasilan sebuah logo khas yang digunakan sebagai logo Hari Kemerdekaan setiap tahun dirasakan lebih relevan kerana penggunaan logo yang sama akan lebih mudah untuk diingati dan tumpuan masyarakat lebih fokus.

Dari segi impak pula, faktor pengulangan yang diaplikasikan dalam logo seperti logo-logo Hari Kemerdekaan tahun 2009 hingga 2012 adalah perlu untuk menarik perhatian masyarakat terhadap logo dan seterusnya mesej yang cuba disampaikan menerusi logo diterima oleh masyarakat. Mesej yang disampaikan secara berulang-ulang dan dipaparkan sekerap mungkin di merata-rata tempat terutama di tempat-tempat awam, di bungkusan barangan serta di dalam media cetak mahupun elektronik telah berjaya mengindoktrinate rakyat tentang 1Malaysia. Mesej tersebut disampaikan dalam bentuk logo kerana logo lebih mudah untuk diingati berbanding dengan penggunaan perkataan iaitu tema, slogan dan sebagainya.

Namun dari segi implikasi, penggunaan logo gagasan 1Malaysia sebagai sebahagian logo Hari Kemerdekaan tahun 2009 sehingga 2012 tidak dipersetujui oleh majoriti masyarakat. Ini adalah kerana logo yang membawa erti yang berbeza telah dimasukkan ke dalam logo yang mewakili maksud yang berlainan. Logo Hari Kemerdekaan seharusnya membawa pengertian sebenar sesebuah Kemerdekaan dan memupuk semangat patriotik dalam jiwa masyarakat. Logo 1Malaysia pula mewakili satu seruan pemerintah untuk rakyat mengeratkan semangat perpaduan antara kaum yang berbilang bangsa yang hidup di bumi Malaysia ini. Dua maksud yang berbeza tetapi diwakili oleh satu logo yang sama akan hanya mengelirukan masyarakat dan dikhuatiri mesej yang hendak

disampaikan tidak berjaya akibat daripada kekeliruan yang timbul.

RUMUSAN DAN KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat dibuat berdasarkan data yang diperolehi melalui nota penyelidikan ini adalah logo Hari Kemerdekaan berjaya dikatakan sebagai satu alat komunikatif dalam menyampaikan mesej kepada masyarakat. Melalui analisis kritis wacana media dan temu bual mendalam yang dijalankan, didapati masyarakat mengiktiraf (recognize) simbol tersebut dan memahami mesej yang ingin disampaikan oleh pemerintah. Logo telah menyerlahkan keperibadian rakyat Malaysia dan rakyat telah bersuara dengan berdialog dengan pemerintah. Ini merupakan ciri penting ke arah pembentukan masyarakat sivil yang efektif. Apabila rakyat mula memberi respon, ini bermakna mereka peka (alert) dan mengambil berat tentang sesuatu isu. Sekiranya tiada tindak balas atau kritikan yang kedengaran, ini memberi erti bahawa kehadiran logo Hari Kemerdekaan itu tiada fungsinya dan tidak bermakna. Masyarakat akan menolak (ignore) dan mengamalkan sikap tidak mengambil tahu.

Reka bentuk logo 2012 masih boleh diterima kerana logo tersebut ringkas, mudah difahami serta didapati ada mempunyai unsur kesinambungan daripada logo-logo Hari Kemerdekaan yang sebelum itu (2009-2011) cuma dari segi reka bentuk, ianya masih perlu diperbaiki. Ini adalah kerana reka bentuk logo Hari Kemerdekaan 2012 didapati tidak menepati standard grafik yang sebenar kerana logo tersebut direka bentuk tidak mengikut disiplin reka bentuk logo yang sepatutnya. Kerajaan diseru agar mengkaji semula kelemahan yang berlaku terhadap penghasilan logo Hari Kemerdekaan 2012 agar logo-logo Hari Kemerdekaan yang akan datang lebih baik dan bertepatan dengan semangat Kemerdekaan.

Pengukuhan kesedaran sosial ini bukan sekadar mempunyai kesan dan impak terhadap pemikiran masyarakat Malaysia tetapi juga menyedarkan pemerintah dari kealpaan tentang kepentingan logo terhadap suatu sambutan yang bersifat patriotik yang mana telah mengguris hati rakyat jelata. Masyarakat dan pemerintah merupakan satu kesatuan yang saling berhubung; di mana masyarakat memerlukan pemerintah kerana menyediakan kerangka yang sah bagi perkembangan sesebuah negara. Ini secara lansung meningkatkan kesedaran nasionalisme yang lebih menyeluruh di kalangan masyarakat pelbagai kaum berhubung persoalan yang lebih bersifat sejagat dan universal. Contohnya persoalan tentang rupabentuk logo Hari Kemerdekaan yang diangkat sebagai imej dan identiti negara di mata dunia. Keberanian masyarakat Malaysia menyuarakan bantahan berhubung isu logo tersebut secara terbuka jelas menunjukkan bahawa nilai kesedaran sejagat telah mula meresap ke dalam diri masyarakat Malaysia.

Menerusi penggunaan simbol 1Malaysia dalam logo Hari Kemerdekaan, ia secara tidak lansung telah berjaya menyedarkan masyarakat tentang kepentingan penyatuan rakyat pelbagai kaum di Malaysia. Penggunaan logo yang berulang, menghasilkan visual yang mudah diingati dan seterusnya maklumat lebih

difahami. Penggunaan logo yang betul mampu merubah persepsi masyarakat terhadap sesuatu perkara. Logo memainkan peranan yang penting untuk menarik minat emosi audien. Logo dan slogan Hari Kemerdekaan berciri generik ikon konsep 1Malaysia itu, sememangnya ada memberi kesan dalam kehidupan seharian masyarakat negara ini dari segi fungsi, impak serta implikasi komunikatifnya. Menerusi teori semiotik sosial yang digunakan, sedikit sebanyak membantu dalam melihat perkara-perkara yang kritikal dan analitikal dalam konteks logo Hari Kemerdekaan ini.

Makalah kami ini adalah versi yang ditambahbaik dari kertas kerja asal bertajuk 'Memahami Komunikasi Logo Hari Kemerdekaan: Sebuah Nota Penyelidikan' yang dibentangkan di Persidangan Antarabangsa MENTION13 di bawah tema 'Media and Communication Transformation: Synergizing Communities, Government and Industries' pada 26-28 November 2013 di Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, Selangor.

RUJUKAN

- Asiah Sarji, Faridah Ibrahim, Shamsubaridah Ramlee. (2009). *Industri Dokumentari di Malaysia: Isu dan Hala Tuju*. Ampang: Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan Malaysia.
- Badrul Redzuan & Faridah Ibrahim. (2012). *Membangun 'Sinema Sikap': Memproblematik Hubungan Kekuasaan Melayu-Tionghua Dalam Mukhsin*, *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*. Jilid 27(2): 137-160.
- Berger, A. (2011). *Media And Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Edisi kedua. Los Angeles: SAGE Publications.
- Eco, U. (1976) *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eco, U. (1986) *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington: Indiana University Press.
- Fairclough, N. 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Harlow: Longman.
- Fauziah Ahmad, Tika Nuraeni, Chang Peng Kee dan Mohd Helmi Abdul Rahim. (2011). *Pemediaan Produk dan Penggunaan Logo Starbucks Coffee*, *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 27(1): 73-90.
- Hodge, R. and G. Kress. (1988). *Social Semiotics*. Cambridge: Polity
- Hodge, R. (1990) *Literature as Discourse: Textual Strategies in English and History*. Polity Press.
- Jewitt, C and Oyama, R. 2001. *Visual Meaning: A Social Semiotic Approach*. London. SAGE Publications.
- Kress, G. (1988) *Communication and Culture: An Introduction*. Australia. New South Wales University Press.
- Kress, G. (2009) *Critical Discourse Analysis* dlm. Robert Kaplan, ed., *Annual Review of Applied Linguistics*, Vol. II.
- Kress, G. (2010) *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. New York. Routledge.
- Maserah Shabudin & Idris Aman. (2012). *Interdiskursiviti dalam Wacana Iklan Produk Kecantikan Berbahasa Jepun*. *GEMA Online®Journal of Language Studies*. Jilid. 12(3), 789-816.
- Moriarty, S. & Duncan, T. (1990) *How to Create and Deliver Winning Advertising Presentations*. United States of America. NTC Business Books.
- Saussure, de, F. (1974) *Course in General Linguistics*. Translation by Baskin, W. Glasgow. Fontana.

- Shirato, T., Yell, Susan. (2000) *Communication and Culture: An Introduction*. Australia: Allen & Unwin.
- Treadwell, D. 2011. *Introducing Communication Research Path of Inquiry*. SAGE Publications.
- Thibault, P.J. (1991) *Social semiotics as praxis: Text, social meaning making, and Nabokov's* Ada. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Van Leeuwen, T. (2005) *Introducing Social Semiotics*. London. Routledge.
- <http://sanusijunid.blogspot.com/2009/12/bingkisan-merdeka-52-tahun.html>
- <http://www.malysiamerdeka.gov.my>
- <http://mymassa.blogspot.com/2012/07/cadangan-golongan-muda-terhadap-logo.html>

