



ISSN 2615-4714

EISSN 2685-0745

WACANA SARASWATI

MAJALAH ILMIAH TENTANG BAHASA, SASTRA
DAN PEMBELAJARANNYA

SEMIOTIKA PAKAIAN PEGAWAI INDOMARET : ANALISIS IDENTITAS MELALUI SISTEM TANDA VISUAL

Nanda Tiara Arfiani¹, Syafrina Ulfa², Nur sakinah Apriani³, Yohantio pantarihe sihite⁴
Nandat202@gmail.com¹, syafrinaulfa7@gmail.com², sakinahapriani42@gmail.com³,
yohantiosihite@gmail.com⁴.

¹⁻⁴Sastra Indonesia, Universitas Negeri Medan, Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, 20221.
nandatiaraarfiani@gmail.com*

Article History

Submitted : 04 Juni 2025

Revised: 20 Juni 2025

Accepted : 25 Juni 2025

Published : 30 Juni 2025

Keywords:

semiotics, clothing, identity, Indomaret, work uniforms, sign systems.

Kata Kunci:

semiotika, pakaian, identitas, Indomaret, seragam kerja, sistem tanda.

Abstract: This article examines the uniform of Indomaret employees as a visual representation that constructs professional identity through a semiotic approach, particularly drawing on Roland Barthes' theory of signs. In this context, the uniform is not merely functional attire but a sign system imbued with social and ideological meanings. The study explores various visual elements—such as color, material, cut, accessories, and corporate symbols—to identify how each component contributes to the construction of the ideal retail worker as envisioned by the institution. The dominant blue color, for instance, not only symbolizes calmness and trust but also reinforces an image of professionalism and order that aligns with corporate values. Furthermore, the uniform's standardization creates a homogenization of identity that supports institutional control and fosters collective identity among employees. This article also highlights how the uniform functions as a form of nonverbal communication between employees and consumers and how it plays a role in the power dynamics between institutions and individuals. Thus, the Indomaret uniform is not simply a textile product, but a visual discourse that represents values, roles, and the positioning of individuals within a broader social structure. This article contributes to a deeper understanding of how visual signs in the retail work environment help construct social reality and professional identity in contemporary society.

Abstrak: Artikel ini membahas seragam pegawai Indomaret sebagai representasi visual yang membentuk identitas profesional melalui pendekatan semiotika, khususnya teori tanda dari Roland Barthes. Seragam, dalam konteks ini, tidak hanya dipandang sebagai pakaian fungsional, tetapi juga sebagai sistem tanda yang sarat makna sosial dan ideologis. Penelitian ini meninjau berbagai elemen visual—warna, bahan, potongan, aksesoris, serta simbol-simbol korporat—untuk mengidentifikasi bagaimana masing-masing elemen tersebut berkontribusi terhadap konstruksi citra pekerja ritel yang ideal menurut institusi. Warna biru dominan, misalnya, tidak hanya menyimbolkan ketenangan dan kepercayaan, tetapi juga mengukuhkan citra profesionalisme dan keteraturan yang menjadi nilai korporat. Selain itu, keseragaman dalam desain juga menciptakan homogenisasi identitas yang mendukung kontrol institusional dan pembentukan identitas kolektif. Dalam analisisnya, artikel ini juga menyoroti bagaimana seragam berfungsi sebagai bentuk komunikasi non-verbal antara pegawai dan konsumen, serta bagaimana ia memainkan peran dalam relasi kuasa antara institusi dan individu. Dengan demikian, seragam Indomaret bukan semata produk tekstil, melainkan juga wacana visual yang merepresentasikan nilai, peran, dan posisi individu dalam struktur sosial yang lebih luas. Artikel ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana tanda-tanda visual dalam dunia kerja ritel turut mengonstruksi realitas sosial dan identitas profesional dalam masyarakat kontemporer.



This is an open access article
under the CC-BY-SA license



A. PENDAHULUAN

Dalam kajian semiotika, pakaian dipahami bukan semata-mata sebagai pelindung tubuh, melainkan sebagai sistem tanda yang mengandung makna sosial, budaya, dan ideologis. Sebagaimana dijelaskan oleh Roland Barthes (1983), pakaian dapat dipahami sebagai teks visual yang beroperasi

layaknya bahasa, karena ia mengandung kode-kode visual yang membentuk representasi status, identitas, serta posisi sosial pemakainya dalam struktur masyarakat. Dalam konteks institusional, seperti dunia kerja ritel, seragam menjadi perangkat visual yang tidak hanya menandai afiliasi korporat, tetapi juga mendisiplinkan tubuh dan



menciptakan keseragaman simbolik dalam tatanan organisasi. Pentingnya pakaian sebagai bentuk komunikasi nonverbal juga ditegaskan oleh Kuswardani (2019), yang menyatakan bahwa pakaian kerja memiliki fungsi ganda sebagai identitas kolektif dan alat regulasi sosial terhadap perilaku individu. Pakaian, dalam hal ini seragam, tidak hanya merepresentasikan nilai-nilai profesionalitas, tetapi juga mengandung simbol-simbol visual yang menunjukkan nilai loyalitas, hierarki, dan sistem kerja institusional. Bahkan warna, desain, dan struktur pakaian dapat dibaca sebagai penanda identitas dan posisi individu dalam sistem sosial yang lebih luas (Kuswarno, 2009; Nugroho, 2016).

Dengan menggunakan kerangka semiotika Charles Sanders Peirce sebagaimana dijelaskan oleh Hoed (2011), pakaian dapat dianalisis melalui kategori tanda ikonik, indeksikal, dan simbolik. Tanda-tanda visual seperti warna seragam, bentuk kerah, logo perusahaan, dan badge nama bukanlah sekadar ornamen fungsional, melainkan bagian dari sistem representasi yang membangun narasi visual tentang siapa pekerja itu dan apa yang ia representasikan. Dalam institusi seperti Indomaret yang beroperasi dalam logika kapitalisme ritel modern pakaian pegawai menjadi bentuk artikulasi visual atas citra korporat yang ingin dibangun: profesional, efisien, dan terpercaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seragam pegawai Indomaret sebagai sistem tanda visual yang mengonstruksi identitas institusional dan profesional. Dengan menggunakan pendekatan semiotika Peirce dan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini menelaah bagaimana elemen visual pada pakaian mulai dari warna hingga logo mewakili nilai, posisi, dan peran pekerja dalam sistem kerja kontemporer. Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana tubuh pekerja dimaknai dan diregulasi melalui bahasa visual institusional dalam konteks budaya populer dan ekonomi jasa.

B. METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan kerangka teori semiotika Charles Sanders Peirce, yang membedakan tiga jenis tanda: ikon, indeks, dan simbol (Hoed, 2011). Data dikumpulkan melalui observasi visual terhadap

elemen pakaian pegawai Indomaret, seperti warna, bahan, desain, dan aksesoris. Selain itu, dilakukan simulasi wawancara hipotetik untuk menggambarkan perspektif subjektif dari pemakai seragam. Data kemudian dianalisis untuk mengungkap makna sosial dan kultural yang terkandung dalam elemen pakaian tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pakaian seragam pegawai Indomaret bukan sekadar pelindung tubuh atau penanda status pekerjaan, tetapi juga merupakan sistem tanda visual yang memuat makna-makna identitas sosial dan korporat. Dalam kajian semiotika, terutama menurut teori (Roland Barthes, 1983) pakaian dapat dianalisis sebagai teks yang mengandung tanda (sign) yang terdiri dari penanda (signifier) dan petanda (signified). Dalam konteks ini, (Sobur, Alex 2004) seragam Indomaret yang terdiri dari warna biru dominan dengan aksen kuning dan merah, logo perusahaan yang jelas terlihat, serta atribut seperti name tag dan topi, menjadi penanda yang secara visual membentuk citra profesionalisme, keteraturan, dan identitas korporat yang konsisten. Warna biru pada seragam misalnya, dalam semiotika warna, sering dimaknai sebagai lambang kepercayaan, ketenangan, dan profesionalitas. (Chandler 2007) Aksen kuning melambangkan keramahan dan keterbukaan, yang selaras dengan budaya layanan ramah yang dijunjung perusahaan ritel tersebut. Sedangkan logo Indomaret yang tersemat pada seragam merupakan ikon korporat yang memperkuat loyalitas brand serta menjadikan pegawai sebagai representasi langsung dari perusahaan.

Dengan demikian, pakaian pegawai Indomaret membentuk identitas visual yang tidak hanya membedakan mereka dari pegawai toko lain, tetapi juga menyampaikan pesan nilai-nilai perusahaan kepada pelanggan secara non-verbal. Lebih jauh, melalui pendekatan semiotika sosial dari (Gunther Kress dan Theo van Leeuwen 2006), seragam pegawai Indomaret dapat dipahami sebagai bagian dari multimodal discourse di ruang publik. Seragam tersebut berfungsi sebagai mode visual yang bekerja bersama elemen lain—seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan interaksi pelayanan—untuk menciptakan makna sosial tertentu. Dalam hal ini, pakaian menjadi medium representasi



sekaligus produksi identitas pekerja yang diatur oleh struktur perusahaan dan ekspektasi sosial.

1. Warna sebagai Penanda Visual

Warna biru pada seragam pegawai Indomaret memiliki makna asosiasi yang kuat dalam budaya visual, yaitu ketenangan, kepercayaan, dan profesionalitas (Kuswarno, 2009). Dalam dunia kerja, biru merupakan warna korporat yang sering digunakan untuk menciptakan kesan dapat diandalkan. Warna kuning dan merah yang menjadi aksen menambah kesan dinamis dan menarik perhatian, selaras dengan suasana kerja yang cepat dan penuh interaksi.

2. Bahan dan Gaya sebagai Representasi Fungsionalitas

Seragam ini biasanya terbuat dari bahan sintesis seperti poliester, yang mudah dicuci dan tahan lama. Hal ini menunjukkan bahwa pilihan bahan menyesuaikan dengan kebutuhan kerja praktis dan mobilitas tinggi dalam dunia ritel. Potongan pakaian yang formal namun sederhana, seperti kemeja berkerah dan celana panjang, menandakan struktur kerja yang terorganisasi dan menekankan keseragaman (Barthes, 1983).

3. Logo dan Aksesori sebagai Tanda Ikonik dan Simbolik

Logo Indomaret yang ditempatkan secara mencolok berfungsi sebagai ikon yang merepresentasikan afiliasi langsung dengan perusahaan. Badge nama pegawai menjadi indeks yang menunjukkan individualitas dalam sistem kolektif, memungkinkan pelanggan untuk menyapa atau memberi umpan balik secara langsung. Aksesori tambahan seperti pin "pegawai terbaik" atau tanda pelatihan menjadi simbol pengakuan dalam sistem kerja yang kompetitif.

4. Fungsi Tanda dalam Sistem Makna

Dalam perspektif semiotika Peirce, pakaian ini memuat fungsi ikonik, indeksikal, dan simbolik. Fungsi ikonik terlihat dari logo dan desain yang mudah dikenali. Fungsi indeksikal muncul dari elemen-elemen seperti warna biru dan bahan sintesis yang merefleksikan kerja lapangan dan pelayanan. Sementara itu, fungsi simbolik tampak dari keseragaman dan gaya formal yang menandakan nilai-nilai seperti kedisiplinan, efisiensi, dan kepatuhan terhadap standar perusahaan (Hoed, 2011). Seragam ini menjadi instrumen simbolik yang mendisiplinkan tubuh dan menstandarkan perilaku kerja sesuai dengan sistem kapitalisme ritel modern.

5. Perspektif Subjektif (Wawancara Hipotetik)

Dari simulasi wawancara, pegawai umumnya menyatakan bahwa seragam membantu mereka terlihat profesional dan mudah dikenali. Namun, ada pula kesadaran bahwa seragam membatasi ruang ekspresi pribadi. Hal ini memperkuat gagasan Foucault (1977) bahwa tubuh pekerja dalam sistem modern dikendalikan dan diatur melalui simbol-simbol visual dan institusional seperti pakaian kerja.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pakaian pegawai Indomaret bukan sekadar perangkat fungsional dalam menunjang aktivitas kerja, melainkan merupakan sistem tanda visual yang kompleks dan sarat makna. Melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, penelitian ini menunjukkan bahwa seragam kerja merepresentasikan identitas profesional dan institusional melalui tiga fungsi utama: ikonik, indeksikal, dan simbolik. Warna biru sebagai warna dominan menyampaikan pesan kepercayaan dan profesionalitas; logo dan badge nama mengartikulasikan identitas korporat dan individu; serta potongan pakaian dan bahan mencerminkan efisiensi dan mobilitas yang dibutuhkan dalam lingkungan kerja ritel.

Seragam tidak hanya membentuk citra pegawai di mata publik, tetapi juga berperan sebagai alat regulasi sosial yang mengatur tubuh dan perilaku pekerja secara visual dan simbolik. Dalam konteks budaya kerja kapitalistik, pakaian menjadi medium institusional yang menanamkan nilai-nilai kedisiplinan, loyalitas, dan standar korporat yang seragam. Oleh karena itu, pakaian dalam institusi seperti Indomaret harus dipahami sebagai representasi visual atas relasi kuasa dan struktur sosial yang berlaku di baliknya.

DAFTAR RUJUKAN

Barthes, R. (1983). *The fashion system*. University of California Press.

Barthes, R. (1983). *The fashion system*. New York: Hill and Wang.

Berger, A. A. (2010). Pengantar semiotika: Tanda, makna, dan ideologi. Kreasi Wacana.

Chandler, D. (2007). Semiotics: The basics (2nd ed.). Routledge.

Foucault, M. (1977). Discipline and punish: The birth of the prison. New York: Pantheon Books.

Hoed, B. H. (2011). Semiotik dan dinamika sosial budaya. Jakarta: Komunitas Bambu.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). Reading images: The grammar of visual design (2nd ed.). Routledge.

Kuswarno, E. (2009). Metode penelitian komunikasi: Fenomenologi, konsepsi, pedoman, dan contoh penelitian. Bandung: Widya Padjadjaran.

Kuswardani, R. (2019). Seragam dan identitas: Kajian makna dalam komunikasi visual institusional. Jurnal Ilmu Komunikasi, 17(1), 55–67. <https://jurnal.komunikasi.ui.ac.id/index.php/jik/article/view/279>

Nugroho, A. (2016). Semiotika visual dalam seragam kerja: Representasi identitas profesi di ruang publik. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 4(2), 89–98. <https://jurnal.dkv.isi.ac.id/index.php/jdkv/article/view/56>

Sobur, A. (2004). Semiotika komunikasi. Remaja Rosdakarya.