

SUMMARY

ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA LOGO BARU PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA (TELKOM)

Created by YUNITA RACHMAENI

Subject : ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA LOGO BARU TELKOM
Subject Alt : ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA LOGO BARU TELKOM
Keyword : ANALISIS SEMIOTIKA; MAKNA LOGO BARU; TELKOM;

Description :

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana masyarakat memaknai logo baru Telkom. Pemaknaan masyarakat terhadap logo baru Telkom dilihat secara keseluruhan dari unsur ikon, indeks dan simbol. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori semiotik Charles Sanders Peirce.

Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Bekasi yang terdiri dari mahasiswa dan tokoh masyarakat yang merupakan pengguna produk Telkom.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Bekasi yang diwawancarai oleh peneliti memiliki pemaknaan yang hampir sama terhadap logo baru Telkom. Dimana ikonnya yang berbentuk lingkaran dimaknai sebagai kelengkapan produk dan layanannya yang sekarang berupa T.I.M.E (telecommunication, information, media dan edutainment). Indeks warna yang terdiri dari expert blue dimaknai sebagai cerminan keahlian Telkom dalam menciptakan dan memberikan layanan produk serta jasanya yang terbaik, vital yellow dimaknai sebagai cerminan dari kehangatan dan keatraktifan Telkom, infinite blue sky dimaknai sebagai cerminan inovasi dan peluang tak terbatas yang dimiliki oleh Telkom untuk mencapai masa depan yang lebih baik.

Date Create : 09/01/2014
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-2006-52-044
Collection : 2006-52-044
Source : Perpustakaan Esa Unggul
Relation Collection Universitas Esa Unggul
COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : Copyright @2014 by UEU Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor