

SUMMARY

PEMAKNAAN LOGO HOLYCOW! STEAKHOUSE BY CHEF AFIT DALAM PANDANGAN PARA AHLI

Created by HARI DWI RACHMAN

Subject : MAKNA, PANDANGAN, AHLI

Subject Alt : MEANING, VIEWS, EXPERTS

Keyword : semiotika;logo

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit Dalam Pandangan Para Ahli. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Logo adalah sebuah simbol atau gambar pengidentifikasi perusahaan tanpa kehadiran nama perusahaan. Logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit dianalisa perbagian meliputi tanda, objek, dan interpretant. Merujuk pada teori Peirce, atas dasar hubungan relasi antara tanda dengan objeknya, berdasarkan objeknya Peirce membagi tanda yang digolongkan dalam semiotik yaitu ikon, indeks dan simbol.

Ikon pada logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit melambangkan sapi dan bentuk lingkaran yang melambangkan atau memberi kesan positif, karena sapi adalah simbol kemakmuran, sedangkan bentuk lingkaran merupakan arti dari siklus yang tidak pernah terputus.

Indeks pada logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit adalah warna-warna yang ada pada logo tersebut, diantaranya yaitu warna merah dan warna putih. Warna merah warna yang melambangkan keberanian, kekuatan, dinamis, energi, nasib baik (cina) dan kekayaan. Sedangkan warna putih merupakan warna yang memberi kemurnian dan kesederhanaan. Jika kedua warna tersebut dikaitkan akan memiliki warna yang berhubungan dengan bendera Indonesia yaitu warna merah dan putih, yang menegaskan dan memberi arti merek lokal Indonesia.

Simbol pada logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit terdapat dari gabungan semua gambar yaitu sapi dan bentuk lingkaran. Maka, makna dari keseluruhan logo Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit adalah Indonesia, artinya logo tersebut merupakan hasil karya dari anak bangsa yang memberikan kualitas terbaik tetapi tetap sederhana untuk restoran Holycow! STEAKHOUSE by Chef Afit.

Date Create : 11/01/2016

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-201251012

Collection : 201251012

Source : Undergraduate Theses of Advertising

Relation Collection Fakultas Ilmu Komunikasi

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : @2015 Perpustakaan Universitas Esa Unggul

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