



FAKLUTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI VISUAL & ART COMMUNICATION

DODY ALFIAN TRISNADI

44411010001

**ANALISIS SEMIOTIKA PERUBAHAN LOGO PADA PT TELKOM
INDONESIA TAHUN 2009 - 2013**

Jumlah Halaman : 81 Isi + Lampiran

Bibliografi : 15 Acuan, Tahun 1990-2009

ABSTRAK

Logo pada awalnya memiliki bentuk yang sangat sederhana. Penelitian ini ingin menguak makna apa yang terdapat dari perbandingan kedua logo telkom yaitu tahun 2009 dan 2013 dengan teori semiotika dari Charles Sanders Peirce yang memaknai gambar dengan pemikiran dan logika manusia.

Pada penelitian ini saya menggunakan teori semiotik dari Charles Sanders Peirce yang memaknai gambar dengan pemikiran dan logika manusia.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah pendekatan kualitatif menggunakan pengamatan dan observasi pada logo PT Telkom tahun 2009 dan 2013 untuk mendapat hasil penelitian.

Perubahan warna pada logo PT Telkom dilakukan untuk membuat telkom lebih Indonesia dengan menggunakan warna merah dan putih serta menghilangkan warna khas mereka yakni biru untuk tujuan tersebut.

Berdasarkan hal hal di atas dapat disimpulkan, setelah menganalisis perubahan logo PT Telkom tidak ada perubahan dari segi bentuk logo karena PT Telkom ingin mempertahankan filosofi lama namun dengan perubahan warna Telkom ingin menyatakan bahwa perusahaan ini adalah milik dan ingin membanggakan Indonesia malah merusak citra telkom yang selalu memakai warna cerah dan membuat logo ini tidak menarik