

MAKNA LOGO KARTUHALO DALAM PEMBENTUKAN EKUITAS MEREK

**(Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Mengenai Peran Logo
Dalam Membentuk Ekuitas Merek)**

ULIMA RINANDA PUTRI

44314010020

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Makna Logo kartuHalo Dalam Pembentukan Ekuitas Merek (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Mengenai Peran Logo Dalam Membentuk Ekuitas Merek). Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengungkap makna logo kartuHalo secara rinci berdasarkan makna elemen-elemen logo yang digunakan, serta Menemukan ekuitas merek yang dibentuk oleh kartuHalo dari logo berdasarkan makna logo tersebut.

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika. Analisis semiotika yang dipakai adalah yang dicetuskan oleh Charles Sanders Peirce, karena penulis ingin mengkaji makna yang terkandung dalam logo baru kartuHalo dengan cara semiotik pragmatis yang dipelopori oleh pemikiran Charles Sanders Peirce, berdasarkan *represantment, object, dan interpretant*-nya yang bekerja sama dalam model *triadic*. Data diperoleh melalui pengamatan langsung dan content analysis, serta ditambah dengan pengumpulan melalui studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo kartuHalo adalah sebuah *brand* yang berani dengan tampilan baru yang *fresh* sehingga menghasilkan hal positif yang penuh motivasi dan semangat baru bagi konsumennya.

Dari ekuitas tersebut, membuktikan bahwa kartuHalo membentuk ekuitas yang selaras dengan visi Telkomsel yang modern dan lebih dinamis yaitu, “Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya”.

Kata Kunci : Makna, Logo, kartuHalo, Semiotika, Ekuitas Merek

THE MEANING OF LOGOS KARTUHALO IN THE FORMATION OF BRAND EQUITY

(The Study Of Analysis On The Semiotics Of Charles Sanders Peirce Regarding The Role Of The Logo In The Form Of Brand Equity)

ULIMA RINANDA PUTRI

44314010020

ABSTRACT

The title of this study is the meaning of Logos kartuHalo in the formation of brand equity (The study of analysis on the semiotics of Charles Sanders Peirce Regarding the role of the Logo in the Form of Brand Equity). The purpose of this research are to uncover the meaning of the logo kartuHalo in detail based on the meanings of the elements of the logo that is used and Find the brand equity established by kartuHalo of logo based on the meaning of the logo.

Research methods in this study using analysis of semiotics. Analysis of semiotics that is used is the semiotics of Charles Sanders Peirce, because the author wanted to examine the meaning contained in the new logo kartuHalo pragmatic semiotics manner pioneered by the thought of Charles Sanders Peirce, based on representant, object, and interpretant in the triadic model. The data obtained through direct observation and content analysis, and coupled with the collection through the study of librarianship.

The results showed that the logo kartuHalo is a brave brand with a fresh new look resulting in positive things full of motivation and passion for new customers.

From the equity, proving that kartuHalo form equity aligned with the vision of a modern and Telkomsel more dynamic that is, "to become a service provider and a mobile digital lifestyle solutions world class trusted."

Keywords : meaning, logo, kartuhalo, semiotics, brand equity