

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Semiotika Logo Brand Phillip Works di Kota Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemaknaan pada logo brand Phillip Works .

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis makna denotasi, konotasi, mitos, pada logo *brand* Phillip works.

Metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan ini adalah metode analisis semiotika dengan teknik pengumpulan data yang terdiri dari studi kepustakaan dan studi lapangan. Studi lapangan terdiri dari Observasi dan wawancara mendalam dengan informan.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dibalik logo brand phillip works yang menunjukkan sebagai identitas perusahaan. Pada makna denotasi yang dimiliki oleh logo brand phillip works peneliti melihat adanya ketidakpahaman atas visualisasi gambar yang diciptakan oleh owner phillip works sehingga akan lebih baik jika penggambaran dari logo phillip works diciptakan dengan sederhana dan tidak begitu rumit dengan demikian akan lebih mudah dipahami dan diterima secara global.

Untuk makna penanda peneliti merekomendasikan sebaiknya menggunakan tulisan atau istilah dengan bahasa yang umum (Indonesia) agar mudah dipahami oleh konsumen dan membuat inovasi sebuah pemaknaan dari kata-kata yang dapat mewakili dari kata-kata *clothing brand* lokal. Pada dasarnya, untuk membuat suatu perusahaan clothing brand tidak harus berdasarkan adanya sebuah mitos, pengalaman yang panjang dari seseorang dalam clothing brand adalah hal utama karena pengalaman akan mengajarkan kita bagaimana membuat sebuah perusahaan yang bersaing dalam dunia clothing brand.

ABSTRACT

This study, entitled “Semiotic Analysis of Brand Logo Phillip Works in Bandung City. This research aims to know the meaning of Clothing Brand Logo Phillip Works.

The theory that researcher used in this study is the semiotic analysis. The research method used a qualitative research method. Data was collected by the observation, library research method, and informan interview.

Based on the result, the point of this research that there are signified, signifier, and myth behind of Brand Logo Phillip Works Shows that as a corporate identity.

On the meaning of the signified owned by the brand phillip works logo, the researcher sees the incomprehension of the image visualization created by the phillip works owner so it would be better if the portrayal of the phillip works logo was created simply and not so complicated as it would be more easily understood and accepted global. For the meaning of the signifier, the researcher recommends using writing or terminology in a common language (Indonesia) in order to be easily understood by consumers and to make innovations a meaning of words that can represent the words of the local brand clothing. Basically, to create a clothing brand company does not have to be based on a myth, a long experience of someone in the clothing brand is the main thing because the experience will teach us how to make a company competing in the world of clothing brand.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan “Analisis Semiotika Logo Brand Phillip Works di Dayeuh Bandung”. Panalungtikan ieu boga tujuan kanggo terang sa jauh manten pemaknaan dina logo brand Phillip Works .

Padika panalungtikan anu dipake dina palaksanaan ieu teh padika analisis semiotika kalawan teknik pengumpulan data anu diwangun ti studi kepustakaan sarta panalungtikan lapang. Panalungtikan lapang diwangun ti Observasi sarta wawancara mendalam jeung informan. Dumasar kenging panalungtikan tiasa ditumbukeun yen kitu kaayaanana hartos petanda,tawis sarta mitos anu aya dibalik logo brand phillip works anu menunjukeun minangka identitas perusahaan.

Dina hartos petanda anu kagaduh ku logo brand phillip works peneliti ningali kitu kaayaanana ketidak pahaman luhur visulisasi gambar anu diciptakeun ku owner phillip works ku kituna bade mending lamun penggambaran ti logo phillip works diciptakeun kalawan basajan sarta henteu kitu rumit ku kituna bade langkung gampang dipahaman sarta ditarima sacara global. Kanggo hartos tawis peneliti merekomendasikeun sasaena ngagunakeun seratan atawa istilah kalawan nalika anu umum (Indonesia) supados gampang dipahaman ku konsumen sarta midamel inovasi hiji pemaknaan ti sanggem-sanggem anu tiasa ngawakilan ti sanggem-sanggem clothing brand lokal. Dina dasarna,kanggo midamel hiji pausahaan clothing brand henteu kedah dumasar kitu kaayaanana hiji mitos, pangalaman anu paos ti hiji jalma dina clothing brand nyaeta perkawis utami margi pangalaman bade ngajarkeun urang kumaha midamel hiji pausahaan anu bersaing dina dunya clothing brand.