**ABSTRAK**

Denny Rhamdany, 14050280. Skripsi ini berjudul Makna Logo Perusahaan PT. Grab. Dosen Pembimbing Dr. Sutrisno, M.Si. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui simbol dan makna yang ada pada logo Grab, serta untuk mengetahui bagaimana logo sebagai bagian dari *corporate identity* dapat mengkonstruksi citra PT. Grab sebagai perusahaan yang profesional dan dinamis.

Hasil penelitian ini menunjukan logo PT. Grab terdiri dari simbol yang terbagi menjadi grafis, tipolgrafi, warna dan komposisi. Pada grafis terdiri dari dua garis yaitu pada Grab (letter merk) mewakili jalan raya, pada tipografi menggunakan jenis huruf Hurme Geometric Sans 3, warna pada logo terdiri dari warna putih dan hijau. Makna bentuk segi empat adalah memaknai sebagi fungsi pelayanan transportasi, tipografi pada logo terletak diantara makna bahwa PT. Grab menjembatani fungsi pelayanan transportasi umum.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan logo perusahaan PT. Grab digunakan sebagai bagian dari *corporate identity* untuk membangun citra perusahaan yang profesional dan dinamis. Logo perusahaan terdiri dari simbol yang dikategorikan ke dalam grafis, tipografi, warna dan komposisi yang memiliki makna untuk disampaikan oleh perusahaan kepada publiknya tidak selalu sama sehingga dibutuhkan berbagai langkah dalam pengaplikasian logo perusahaan. Pada keseluruhan logo tampak kesan dinamis yang ingin ditampilkan perusahaan dari tata letak logogram dan jenis huruf yang digunakan pada tipografi logo. Penulisan tipografi “Grab”juga merupakan langkah yang tepat dilakukan perusahaan sebagai perwakilan nama perusahaan yaitu PT. Grab karena lebih mudah disebut dan diingat juga menciptakan sebuah *brand* perusahaan.