

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan “MAKNA LOGO PT. POS INDONESIA SEBAGAI *CORPORATE IDENTITY*”. Logo mangrupa tanda atawa simbol nu ngandung harti tos digunakeun salaku identitas organisasi, perusahaan atawa individu nu tangtu babari diinget.

Logo mangrupakeun hasil gawe nu sae, unik sareng tiasa narik masyarakat, pikeun gagasan dina gambar hirup. Kumargi kitu panalungtik milih logo jadi objek panalungtikan.

Panalungtikan ieu miboga tujuan nyaeta ngarah masyarakat paham harti denotasi, konotasi, sareng mitos kana logo PT. Pos Indonesia. Dugi ka tiasa mahamkeun harti realitas subjektif anu ka asup di jero logo ieu.

Metode dina panalungtikan ngagunakeun metode kualitatif deskriptif sareng analisa semiotika ti Roland Barthes. Salian metoda panalungtikan ieu ngagunakeun teknik nyaeta ngumpulkeun data boh ti ulikan pustaka, observasi, tanya jawab, sareng tina internet. Metode kualitatif dilaksanakeun sababaraha tahapan nya eta reduksi data, nyajikeun data tur narik kesimpulan.

Hasil tina panalungtikan tina logo PT. Pos Indonesia teh seueur makna tur pesen dilebetna. Makna sareng pesen dina logo teh ngawakilan perusahaan anu kasangkut. Logo teh mangrupa hiji ciri perusahaan sabab tina pesen sareng makna dilebetna ngauningakeun siga naon, kumaha perusahaan teh, kunaon perusahaan ngadamel logo siga kitu.