

**MAKNA SIMBOLIK PADA LOGO PERUSAHAAN PROPERTI
(STUDI ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA PT.
AREA JASA PROPERTY)**



FAJAR HERDIAN SAPUTRA

NIM: 051103503125101

Jurusan Ilmu Komunikasi

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh
Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Pendidikan Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi

PROGRAM SARJANA

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2016

ABSTRAK

FAJAR HERDIAN SAPUTRA, NIM 051103503125101, MAKNA SIMBOLIK PADA LOGO PERUSAHAAN PROPERTI (STUDI ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA PT. AREA JASA *PROPERTY*)

Logo sudah seharusnya memiliki fungsi yang praktis dan tepat guna atau efisien. Setiap perusahaan yang telah memiliki ide bisnis yang jelas beserta dengan kelengkapan visi dan misinya haruslah digambarkan kedalam bentuk logo sebagai bagian dari program marketing dan branding dari perusahaan tersebut. Logo dapat mencerminkan identitas perusahaan. Meskipun ada logo yang menurut pandangan kita sama sekali tidak mencerminkan identitas perusahaan namun seringkali ada filosofi yang terkandung di dalamnya. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika teori milik Roland Barthes. Teori dimana menekankan pada suatu yang terkandung pada logo yang meliputi makna denotasi, makna kontasi, dan mitos yang terkandung didalam logo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi sebuah logo yang dibuat dan digunakan oleh PT. Area Jasa *Property* sebagai sebuah identitas perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan menjelaskan objek penelitian secara mendalam dengan pengumpulan data yang juga dilakukan secara mendalam. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan obsevasi non partisipan. Wawancara dilakukan kepada pihak PT. Area Jasa *Property* untuk mengetahui bagaimana konsep yang digunakan dan pembentukan logo PT. Area Jasa *Property*. Wawancara dilakukan secara langsung dikantor PT. Area Jasa *Property*.

Peneliti tertarik mengetahui bagaimana makna yang terkandung didalam logo PT. Area Jasa *Property* dikarnakan dari perusahaan jasa properti di Jakarta mereka menggunakan warna cerah seperti kuning, biru, merah, hijau sebagai dasar logo mereka, tetapi tidak dengan PT. Area Jasa *Property* yang menggunakan warna mati (hitam). Selain itu elemen-elemen didalam logo tersebut mempunyai makna yang lain dimana terdapat makna yang coba disampaikan oleh PT. Area Jasa *Property* kepada masyarakat. Sehingga jasa yang ditawarkan memiliki kekhasan tersendiri dan konsumen dapat mengenali merek ini karna keunikan dan layanan jasa tersebut dari logo tersebut. Didukung oleh para ahli yang handal dan lebih dari 10 tahun bergelut dibidang properti di Jakarta, PT. Area Jasa *Property* berusaha membangun citra mereknya agar lebih dikenal dan mendapat kepercayaan dihati masyarakat.

Kata kunci : logo, *property*, denotasi, kontasi, mitos

ABSTRACT

FAJAR HERDIAN SAPUTRA, NIM 051103503125101, SYMBOLIC MEANING OF PROPERTY COMPANY LOGO (SEMIOTIC ANALYSIS OF ROLAND BARTHES STUDY IN PT. AREA JASA PROPERTY)

The logo should have functions that are practical and effective or efficient. Any company that has had a clear business idea along with the completeness of their vision and mission should be portrayed in the form of the logo as part of the marketing and branding of the company. The logo can reflect the company's identity . Although there is a logo which, according to our view did not reflect the company's identity but often there is the philosophy contained therein. This study uses a semiotic analysis of the theory of Roland Barthes. Which emphasizes on the theory contained a logo which includes meaning denotation, meaning connotation, and myths contained in the logo .

This study aims to determine how the strategy of a logo that is created and used by PT . Area Jasa Property as a corporate identity. This study used a qualitative descriptive method that aims to explain the object of study in depth the data collection is also done in depth. Data collection techniques such as in-depth interviews and non-participant observation . Interviews were conducted to the PT . Area Jasa Property to find out how the concepts used and the formation of logo the PT. Area Jasa Property. Interviews were conducted in person at the office of PT . Area Jasa Property.

Researchers interested in knowing how the meaning contained in the logo of PT . Area Jasa Property because of corporate property services in Jakarta them using bright colors such as yellow , blue , red , green as the basis of their logo , but not with PT . Area Jasa Property which uses dead color (black). Besides the elements within the logo have another meal in which there is a meaning to convey by PT . Area Jasa Property to the public. So that the services offered has its own peculiarities and consumers can recognize this brand because of the uniqueness and services of the logo. Supported by reliable experts and more than 10 years of struggling in the field of property in Jakarta, PT . Area Jasa Property sought to build its brand image to make it more known and trusted by the public hearts.

Keywords : logo, property, denotation, connotation, myth