

ABSTRAK

CHINTYA, 11816584

ANALISIS SEMIOTIKA PADA LOGO TVRI (PENGUATAN IDENTITAS DALAM TVRI)

Kata Kunci: Logo, Organisasi, Interpretasi, TVRI, Deutsche Welle

(x + 49 + 2)

Setiap organisasi memiliki sebuah media visual untuk dijadikan identitas yang menjadi suatu citra di mata konsumen. Citra di mata konsumen amat penting bagi perusahaan karena menjadi bagaimana konsumen akan menilai instansi tersebut. TVRI adalah stasiun televisi pertama di Indonesia yang mengudara pada tanggal 24 Agustus 1962, TVRI juga adalah lembaga negara. Pada tanggal 29 Maret lalu, TVRI resmi mengganti logonya. Logo baru dengan kombinasi biru dan putih ini dinilai memiliki nuansa yang lebih milenial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kecocokan antara bagaimana masyarakat menginterpretasi logo TVRI dan bagaimana pihak TVRI membangun citra perusahaannya lewat logo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Metode yang digunakan adalah studi pustaka, wawancara, dan mengumpulkan data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) TVRI memiliki warna biru yang digunakan pada lingkaran bertuliskan huruf ‘RI’, mengartikan lautan besar, melambangkan luasnya Indonesia disatukan oleh lautan besar, huruf ‘TV’ yang menempel dengan lingkaran RI tersebut juga menandakan TVRI sebagai media pemersatu bangsa. (2) Warna biru dan putih yang mengartikan hubungan profesionalitas, kecerdasan, kepercayaan diri, dan fleksibilitas. (3) Logo TVRI dinilai miripan dengan stasiun TV Jerman Deutsche Welle (DW) oleh netizen.

Daftar Pustaka (1986 – 2014)