

**TANGGAPAN MAHASISWA TERHADAP LOGO BARU
INDOSAT OOREDOO**

**(Tanggapan Mahasiswa Terhadap Logo Baru Indosat Setelah Adanya
Akusisi oleh Ooredoo di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

AFFAN KEMAL PRAYOGO

20110530114

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Affan Kemal Prayogo

NIM : 20110530114

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : ISIPOL

Judul Skripsi : TANGGAPAN MAHASISWA TERHADAP LOGO BARU

INDOSAT DI KABUPATEN BANTUL, YOGYAKARTA

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 25 April 2018

Affan Kemal Prayogo

MOTTO

Everything not saved will be lost

-Nintendo quit screen message-

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Untuk Bapakku tercinta, Drs. Setyo Budi Yogyo Winarno terimakasih atas segala kasih sayang, support dan dukungan selama ini baik. Tanpa Beliau, skripsi ini tidak akan tercapai.
- Ibu saya Mudfaida, saya ucapkan banyak-banyak terimakasih. Terimakasih atas kasih sayangnya selama ini, atas semangatnya yang tak pernah henti-hentinya memberikan dorongan semangat serta moril hingga dapat tercapainya skripsi ini.
- Kakak saya, Sheila Alfi Prayogo atas segala bimbingan dan masukan-masukkannya selama ini.
- Adik saya Najwa Noor Prayogo, terimakasih atas supportnya. Walaupun banyak bikin ribetnya. Haha
- Untuk Tika Indriani, orang yang paling ngebet agar saya segera lulus kuliah. Orang yang selalu mendorong saya untuk terus maju, selalu ada dan mendampingi saya selama ini. Rasa syukur saya atas segala kebaikan dan dukungan yang diberikan selama ini.

- Ucapan terimakasih kepada Muhammad Iqbal Maulana alias si mol alias domba yang telah membantu dalam tercapainya skripsi ini dan atas dukungan baik secara moril dan ejekan yang secara bertubi-tubi dan tak henti-hentinya penulis mengucapkan banyak terimakasih.
- Yanuar Ichsan, terimakasih atas dukungannya. Teman yang selalu ada buat curhat. Banyak-banyak belajar main game lagi, hehe.
- Muhammad Iqbal Azzaki, Terimakasih atas dukungannya. Teman yang selalu crewet dan ngrecokin.
- Ahmad Maulana Subhki, semoga cepet lulus bareng Iqbal. Amiin
- Dewan Muasisu, Terimakasih John. Dukungan serta dorongannya. Karena beliau, saya jadi pengen nyusul lulus. Hehe
- Pak Jono dan Pak Muryadi TU, orang-orang yang sudah mau saya repot-repotin selama ini. Terimakasih atas wejangannya.
- Mbak Siti, Terimakasih atas segala bantuannya, yang tidak henti-hentinya menanyakan “kapan lulus?”.

Terimakasih juga berkat bantuannya, saya bisa Remidi. Hehe

- Pak Yuni Perpus Jurusan, Terimakasih sudah banyak membantu saya dalam terlaksananya skripsi ini. Teman ngopi dan ngobrol yang asik. Joss.
- Teman-teman Advertising angkatan 2011, berkat yang sudah lulus duluan saya jadi termotivasi. Buat yang belum lulus, buruan keburu tua.
- Dan teman-teman dan pihak-pihak lainnya yang telah banyak membantu saya hingga dapat terlaksannya skripsi ini saya secara tulus mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kepada Illahi robbi Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tanggapan Mahasiswa Terhadap Logo Baru Indosat Ooredoo”.

Skripsi ini adalah hasil dari rasa tanggung jawab penulis sebagai mahluk sosial yang tidak lepas dari ikatan nilai dan norma-norma serta melaksanakan perwujudan kewajiban penulis pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini kepada:

Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn selaku Dosen pembimbing saya ucapkan banyak-banyak terimakasih.

Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Dosen penguji saya ucapkan banyak-banyak terimakasih.

Ibu Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku Dosen penguji saya ucapkan banyak-banyak terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 April 2018

Penulis

Affan Kemal Prayogo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kerangka Teori	11
1. Merek	13
2. <i>Rebranding</i>	17
3. Logo	25
4. Persepsi	46
F. Metode Penelitian	55
1. Jenis Penelitian.....	55
2. Jenis dan Sumber Data	55
3. Populasi dan Sampel	56
4. Teknik Pengumpulan Data	57
5. Teknik Analisis Data	58
G. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	60

BAB II	GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	61
A.	Studi Kasus	61
1.	Perubahan Logo Sebagai Bentuk Reposisi Citra Perusahaan	61
B.	Indosat	68
1.	Profil Indosat	68
2.	Sejarah Indosat	69
3.	Perkembangan Indosat dari Masa ke Masa	71
C.	Mahasiswa	74
1.	Profil Mahasiswa	74
2.	Internet pada Mahasiswa	76
3.	Mahasiswa Pengguna Internet di Yogyakarta	82
4.	Mahasiswa di Bantul	85
BAB III	SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	89
A.	Sajian Data	89
B.	Pembahasan	109
BAB IV	KESIMPULAN	139
A.	Kesimpulan Logo Test	139
B.	Kesimpulan Kontinuitas Logo	141
C.	Kesimpulan Umum	143

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perusahaan Internasional yang melakukan perubahan logo	5
Gambar 1.2. Perubahan Logo pada Perusahaan Lokal	4
Gambar 1.3. Persentase Kepemilikan Saham Indosat	7
Gambar 1.4. Penggabungan Unsur Logo Indosat dan Ooredoo	8
Gambar 1.5. Kerangka Teori	12
Gambar 1.6. Langkah-langkah Rebrandng	18
Gambar 1.7. Logo Berupa Nama	29
Gambar 1.8. Logo Berupa Nama dan Gambar	29
Gambar 1.9. Logo Berupa Inisial	30
Gambar 1.10. Logo Nama dengan Visual Khusus	31
Gambar 1.11. Logo Asosiasi	31
Gambar 1.12. Logo Berbentuk Kiasan	32
Gambar 1.13. Logo abstrak	33
Gambar 1.14. Anatomi dab Jenis logo	34
Gambar 1.15. Konsep dan filosofi Logo Jogja	36
Gambar 1.16. Konsep Warna Logo Jogja	37
Gambar 1.17. Tipografi Logo Jogja	38
Gambar 1.18. Anatomi pada Logo windows 8	40
Gambar 1.19. Proses Persepsi	48

Gambar 1.20. Proses Terjadinya Persepsi Visual	52
Gambar 2.1. Proses Terbentknya Citra	63
Gambar 2.2. Analisis Citra dan Tanggapan Khalayak	67
Gambar 2.3. Sejarah Indosat	74
Gambar 2.4. Ranking Negara Pengguna Internet	80
Gambar 2.5. Jenjang Pemdidikan Mahasiswa di Yogyakarta	83
Gambar 2.6. Jumlah Mahasiswa di Bantul	87
Gambar 3.1. Logo Baru Indosat Ooredoo	96
Gambar 3.2. Unsur Bulatan Pada Logo Indosat	104
Gambar 3.3. Kode Warna Pada Logo Indosat Ooredoo	105
Gambar 3.4. Warna Kuning Pada Produk Indosat	106
Gambar 3.5. Font Pada Logo Indosat Ooredoo	107
Gambar 3.6. Keaslian Logo Baru	109
Gambar 3.7. Keterbedaan Logo Baru	110
Gambar 3.8. Logo Sempel Baru	111
Gambar 3.9. Legibilitas Logo Baru	112
Gambar 3.10. Logo Baru Memorable	114
Gambar 3.11. Mencerminkan Jenis Usaha	115
Gambar 3.12. Logo Baru Mudah Diaplikasikan	116
Gambar 3.13. Kemasan Indosat Ooredoo	117

Gambar 3.14. <i>Website</i> Indosat Ooredoo	118
Gambar 3.15. <i>Marchandise</i>	119
Gambar 3.16. Media Iklan Indosat Ooredoo	120
Gambar 3.17. Konter dan Stand Indosat Ooredoo	121
Gambar 3.18. Event dan Lomba Indosat Ooredoo	122
Gambar 3.19. Galeri Indosat Ooredoo	123
Gambar 3.20. Kantor Indosat Ooredoo	123
Gambar 3.21. Keaslian Logo Lama	124
Gambar 3.22. Keterbedaan Logo Lama	125
Gambar 3.23. Logo Lama Simpel	127
Gambar 3.24. Legibilitas Logo Lama	128
Gambar 3.25. Logo Lama Memorable	129
Gambar 3.26. Mencerminkan Jenis Usaha	130
Gambar 3.27. Mudah Diaplikasikan ke Berbagai Media	131
Gambar 3.28. Kemasan Lama Indosat	132
Gambar 3.29. Website Lama Indosat	133
Gambar 3.30. Marchandise Indosat	133
Gambar 3.31. Media Iklan Indosat	134
Gambar 3.32. Konter Indosat	135
Gambar 3.33. Stand Indosat	135
Gambar 3.34. Lomba Indosat	136
Gambar 3.35. Event Indosat	136
Gambar 3.36. Kantor Indosat Semarang	137
Gambar 3.37. Kantor Pusat Indosat	137
Gambar 3.38. Galeri Indosat	138

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Analisis Pengembalian Kuesioner	90
Tabel 3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis KelaMIN	90
Tabel 3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas	90
Tabel 3.4. Descriptive Statistics Logo Baru	91
Tabel 3.5. Descriptive Statistics Logo Baru	93

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Affan Kemal Prayogo (20110530114)

Tanggapan Mahasiswa Terhadap Logo Baru Indosat Ooredoo (Tanggapan Mahasiswa Terhadap logo Baru Indosat Setelah Adanya Akuisisi Oleh Ooredoo di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)

Tahun Skripsi : 2018 + 147 Halaman + 5 Tabel + 64 Gambar

Daftar Kepustakaan : 10 Buku + 11 Jurnal + 13 Web

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa terhadap perubahan logo baru Indosat Ooredoo di Kabupaten Bantul, Yogyakarta

Seperti diketahui Indosat telah di akuisisi oleh perusahaan telekomunikasi lain yang ber basis di Qatar yaitu Ooredoo sehingga membutuhkan penggantian pada logo dan perlu dilakukannya rebranding sehingga perlu dilakukan kajian yang mendalam sejauh mana strategi rebranding yang dilakukan Indosat Ooredoo bersahil diterima oleh masyarakat.

Metode yang digunakan dalam menganalisa data penelitian adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisa deskriptif, dengan melakukan logo test berdasarkan teori David E. Carter. Mengumpulkan data primer dari buku referensi, jurnal, kuisisioner, dan data sekunder yaitu data dari internet yang kemudian dianalisis, dipahami sehingga dapat diperoleh sebuah kesimpulan bahwa secara keorisinilan dari 60 orang responden sebesar 40 % atau 24 orang memilih angka 5 (sangat original), dari aspek *diferensiasi* 60 Orang responden sebesar 33% atau 20 orang memilih angka 1 (sangat rendah), dari aspek Logo Sempel (Mudah Ditangkap, Dimengerti Dalam Waktu Singkat) 60 orang responden sebesar 42% atau 25 orang memilih angka 4 (sempel), dari aspek keterbacaan logo dari 60 orang responden sebesar 45% atau 27 orang memilih angka 4 (mudah terbaca), dari aspek kemudahan di ingat dari 60 orang responden sebesar 47% atau 28 orang memilih angka 4 (mudah diingat), dari aspek yang mencerminkan jenis usaha dari 60 orang responden sebesar 47% atau 28 orang memilih angka 4 (jelas), dari aspek kemudahan pengaplikasian ke berbagai media dari 60 orang responden sebesar 38% atau 23 orang memilih angka 3 (sedang).

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Politic Science

Department of Communication Science

Advertising Concentration

Affan Kemal Prayogo (20110530114)

Student Response to New Indosat Logo Ooredoo (Student Response Against Indosat New logo After Acquisition By Ooredoo in Bantul Regency, Yogyakarta)

Batch: 2018 + 147 Pages + 5 Tables + 64 Pictures

Blibiography: 10 Books + 11 Journals + 13 Web

The purpose of this research is to know the response of Students to the new loo change Indosat Ooredoo in Bantul Regency, Yogyakarta

As is known Indosat has been acquired by another telecommunication company based in Qatar that is Ooredoo so require replacement of the logo and need to do rebranding so it needs to do a deep study how far rebranding strategy undertaken Indosat Ooredoo naughty accepted by the community.

The method used in analyzing research data is quantitative research method with descriptive analysis technique, by doing logo test based on David E. Carter's theory. Collecting primary data from reference books, journals, questionnaires, and secondary data ie data from the internet which is then analyzed, understood so that can be obtained a conclusion that the originality of 60 respondents by 40% or 24 people chose the number 5 (very original), from aspect of differentiation 60 respondents by 33% or 20 people choose the number 1 (very low), from the aspect of Simple Logo (Easy to Capture, Understood in Short Time) 60 respondents by 42% or 25 people choose number 4 (simple), from the aspect the readability of the logo of 60 respondents by 45% or 27 people choose the number 4 (easy to read), from the ease of recall of 60 respondents by 47% or 28 people choose the number 4 (easy to remember), from aspects that reflect the type of business from 60 respondents by 47% or 28 people chose the number 4 (clear), from the aspect of ease of application to various media from 60 respondents by 38% or 23 people chose the angk1 a 3 (medium).

