

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).