

## ABSTRAK

Pada prinsipnya, logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, atau eksistensi suatu perusahaan atau produk dari sebuah perusahaan. Selain membangun citra perusahaan, logo juga sering kali dipergunakan untuk membangun spirit secara internal di antara komponen yang ada dalam perusahaan tersebut. Salah satu konsep pembentukan Logo yang sedang marak dalam usaha kuliner saat ini ialah pemberian karakter-karakter tertentu yang merepresentasikan pengertian dari *Brand* itu sendiri. Karena itu tugas dari seorang *Public Relations* untuk memahami makna yang terkandung dalam logo itu sendiri,

Berangkat dari persoalan tersebut, maka penulis melakukan penelitian mengenai pemaknaan yang terdapat dalam logo dengan judul Logo Karakter Mie Reman. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Selain itu, penulis pun memilih pendekatan semiotika Roland Barthes guna mendeskripsikan makna dari logo Mie Reman. Dengan melakukan analisis secara denotatif, konotatif dan mitos.

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui makna denotatif, makna konotatif dan juga makna mitos yang terdapat dalam logo karakter Mie Reman. Dengan memfokuskan penelitian pada gambar dan warna yang ditampilkan pada logo itu sendiri. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memperoleh muatan makna pada logo mengenai visi, misi dan identitas perusahaan, yang disampaikan melalui gambar-gambar di dalam logo sebagai bentuk pesan nonverbal perusahaan kepada masyarakat.

**Kata Kunci:** Logo Karakter, Semiotika, Mie Reman

## **ABSTRACT**

Principally, logo is a symbol that represents the figure, the face, or the existence of a company or a product of that company itself. In addition to building a corporate image, logo also often used to build the internal spirit amongst some existing components within the company. Nowadays, the trending concept of creating a logo that emerging in the current culinary business is the provision of certain characters that represent the identity of that brand itself. So then, it was the task of a Public Relations to understand the meaning that contained in the logo itself.

So based on that cases, the authors conducted a research about the meaning that contained in the logo with the title Mie Reman Character Logo. In this research, the authors used qualitative research methods. In addition, the authors also choose Roland Barthes semiotic approach to describe the meaning of the Mie Reman logo. By performing a denotative, connotative and myths analysis.

The purpose of this research was to determine the denotative and connotative meaning and also the meaning of the myth contained in Mie Reman character logo. By focusing the research on images and colors displayed on the logo itself. From the research that has been done, the authors obtain the meaning that contained on the logo about the vision, mission and corporate identity, which is delivered through the images in the logo as a form of nonverbal messages to the public company.

**Keyword : Character Logo, Semiotic, Mie Reman**