

**TINGKAT PENGETAHUAN PARA PENGGUNA XL DI
SURABAYA MENGENAI LOGO BARU XL AXIATA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

FELIX LIE SUPARDI

NRP. 1423012002

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMINIKASI

UNIVERSITAS KATHOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2016

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Felix Lie Supardi

NRP : 1423012002

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul Tingkat Pengetahuan Para Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo Baru XL Axiata adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut

Surabaya, 13 Juli 2016

Penulis



Felix Lie Supardi

NRP. 1423012002

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

(Tingkat Pengetahuan Para Pengguna XL di Surabaya Mengenai
Logo Baru XL Axiata)

Oleh :

FELIX LIE SUPARDI

NRP. 1423012002

Proposal skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Lusy Evylia Puspita, SE., M.Si.
NIK. 142.10.0661

Pembimbing II : Theresia Intan P.H, S.Sos., M.I.Kom.
NIK. 142.10.0651

Surabaya, 13 Juli 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada: Senin, 28 Juni 2016

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

2. Sekertaris : Theresia Intan P.H, S.Sos., M.I.Kom. (

NIK. 142.10.0651

3. Anggota : Lusy Evelyia Puspita, SE., M.Si.

NIK. 142.10.0661

4. Anggota : Anastasia Yuni W, S.Sos., M.Med.Kom. (

NIK. 142.09.0634

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIA

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Felix Lie Supardi

NRP : 1423012002

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT PENGETAHUAN PARA PENGGUNA XL DI
SURABAYA MENGENAI LOGO BARU XL**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas
sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Juli 2016

Yang menyatakan,



Felix Lie Supardi

Halaman Persembahan

Peneliti ingin mempersembahkan laporan skripsi dengan judul “Tingkat Pengetahuan Para Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo Baru XL Axiata” ini terutama kepada orangtua yang selama ini selalu membimbing dan memberi dukungan moral maupun materil sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu. Peneliti juga berterima kasih kepada teman-teman seperjuangan fikomers 2012, para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, dan para sahabat yang selalu menemani dan memberi motivasi dalam menempuh proses perkuliahan semester tingkat akhir.

“Menunda kenikmatan kesenangan bukanlah penderitaan, tetapi menyiapkan masa depan yang penuh kegembiraan dalam kedamaian”

Kutipan motto hidup ini adalah yang selalu peneliti gunakan sebagai pedoman selama membuat laporan skripsi.

Surabaya, 13 Juli 2016

Felix Lie Supardi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karuniaanya dalam kehidupan, peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul Tingkat Pengetahuan Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo baru XL Axiata. Proposal Skripsi ini dibuat oleh peneliti untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Di balik terselesaikannya skripsi ini, terdapat banyak pihak-pihak yang membantu serta mendukung peneliti untuk dapat menyelesaikan laporan ini. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat – Nya selalu menyertai peneliti untuk bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua peneliti, atas doa, bimbingan, semangat, dan dukungan yang diberikan pada penulis sehingga laporan dapat terselesaikan dengan lancar.
3. Kepada semua dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala yang sudah mengajarkan banyak hal dalam menulis penelitian ini
4. Ibu Theresia Intan, S.Sos.,M.I.Kom dan ibu Lusy Evylia Puspita,SE.,M.Si sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan saran sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Putro Pamungkas, selaku *Corporate Communication* Surabaya yang bersedia memberikan data serta wawancara yang sangat berguna bagi peneliti untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.

Dalam proposal skripsi ini peneliti juga menyadari bahwa jauh dari sempurna, maka peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih atas kritik dan saran yang diberikan atas perbaikan untuk proposal skripsi ini. Peneliti berharap agar proposal skripsi ini bisa berguna bagi peneliti dan pembaca.

DAFTAR ISI

HalamanJudul.....	i
Surat Pernyataan Originalitas.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Abstrak.....	xvi
Abstract.....	xvii
BAB I Pendahuluan.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	8
I.3. Tujuan Penelitian.....	8
I.4. Batasan Masalah.....	8
I.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II Tinjauan Pustaka.....	10
II.1. Kerangka Teori.....	10
II.1.1. Teori Proses Komunikasi.....	10
II.1.2. Pengertian Pengetahuan.....	12
II.1.2.1.Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan.....	13
II.1.3. <i>Corporate Identity</i>	14
II.1.4. Logo Sebagai <i>Corporate Identity</i>	14
II.1.5. Logo	15

II.1.5.1. Elemen Pembentuk Logo.....	16
II.2. Nisbah Antar Konsep.....	19
II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	21
BAB III Metodologi Penelitian.....	22
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	22
III.2. Metode Penelitian.....	22
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	23
III.4. Definisi Konseptual.....	23
III.5. Definisi Operasional.....	24
III.6. Populasi dan Sampel.....	26
III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	27
III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	27
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	29
III.10. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV Hasil dan Pembahasan.....	32
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	32
IV.1.1 Sejarah Perusahaan XL Axiata.....	32
IV.1.2 Perubahan Logo.....	33
IV. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
IV.2.1 Uji Validitas.....	34
IV.2.2 Uji Reliabilitas.....	36
IV.3 Hasil Penelitian.....	36
IV.3.1 Temuan Data dan Pembahasan.....	36
IV.3.2 Deskripsi Pertanyaan Saringan.....	37
IV.3.3 Karakteristik Identitas Responden.....	38
IV.3.3.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin.....	38
IV.3.3.2 Karakteristik Berdasarkan Berapa Lama penggun..	39
IV.3.3.3 Karakteristik Berdasarkan Informasi Logo Baru....	40

IV.3.3.4	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	42
IV.3.3.5	Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
IV.3.3.6	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	44
IV.3.3.7	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
IV.4	Pembahasan.....	47
IV.4.1	Pembahasan Tingkat Pengetahuan Mengenai Elemen Bentuk.....	47
IV.4.2	Pembahasan Tingkat Pengetahuan Mengenai Elemen Warna.....	50
IV.4.3	Pembahasan Tingkat Pengetahuan Mengenai Elemen Tipografi.....	54
IV.4.4	Interval Pengukuran Tingkat Pengetahuan Para Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo Baru XL.....	56
IV.5	Tabulasi Silang antara Identitas Diri Dengan Indikator Tingkat Pengetahuan Masyarakat di Surabaya Mengenai Logo Baru XL Axiata.....	58
IV.5.1	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan Para Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo Baru XL Axiata.....	58
IV.5.2	Tabulasi Silang Antara Usia dengan Tingkat Pengetahuan Para Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo Baru XL Axiata.....	60
IV.5.3	Tabulasi Silang Antara Pekerjaan dengan Tingkat Pengetahuan Para Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo Baru XL Axiata.....	61

IV.5.4 Tabulasi Silang Antara Pendidikan dengan Tingkat Pengetahuan Para Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo Baru XL Axiata.....	63
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	64
V.1 Kesimpulan.....	64
V.2 Saran.....	64
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel III.1: Pengukuran tingkat Reliabilitas	30
Tabel IV.1 Tabel Uji Validitas Elemen Bentuk, Warna, dan Tipografi..	35
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas.....	36
Tabel IV.3 Jenis Kelamin.....	38
Tabel IV.4 Berapa Lama.....	39
Tabel IV.5 Informasi Logo Baru.....	40
Tabel IV.6 Usia.....	42
Tabel IV.7 Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel IV.8 Penghasilan.....	44
Tabel IV.9 Pendidikan.....	46
Tabel IV.10 Tingkat Pengetahuan Elemen Bentuk.....	47
Tabel IV.11 Tingkat Pengetahuan Elemen Warna.....	50
Tabel IV.12 Tingkat Pengetahuan Elemen Tipografi.....	54
Tabel IV.13 Tingkat Pengetahuan Keseluruhan.....	57
Tabel IV.14 Deskripsi Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Elemen Bentuk, Warna, dan Tipografi Logo.....	57
Tabel IV. 15 Tabulasi silang antara jenis kelamin dengan tingkat pengetahuan para pengguna XL di surabaya mengenai logo baru XL Axiata.....	59

Tabel IV. 16 Tabulasi silang antara usia dengan tingkat pengetahuan para pengguna XL di surabaya mengenai logo baru XL Axiata..... 60

Tabel IV. 17 Tabulasi silang antara pekerjaan dengan tingkat pengetahuan para pengguna XL di surabaya mengenai logo baru XL Axiata..... 61

Tabel IV. 18 Tabulasi silang antara pendidikan dengan tingkat pengetahuan para pengguna XL di surabaya mengenai logo baru XL Axiata..... 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Gambar Perkembangan Perubahan Logo XL 1996-2014.....	5
Gambar 2.1. Teori S-O-R.....	11
Gambar 4.1 perubahan logo XL.....	33
Gambar 4.2 <i>Launching</i> dan <i>pers conference</i> perubahan logo baru XL....	34
Gambar 4.3 iklan XL.....	41
Gambar 4.4 iklan logo XL.....	41
Gambar 4.5 Dian Siswarini, CEO XL Axiata Indonesia.....	49
Gambar 4.6 Acara <i>Launching</i> Perubahan Logo.....	53

ABSTRAK

Felix Lie Supardi NRP. 1423012002. TINGKAT PENGETAHUAN PARA PENGGUNA XL DI SURABAYA MENGENAI LOGO BARU XL AXIATA.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti tingkat pengetahuan para pengguna XL di Surabaya mengenai logo baru XL Axiata. Untuk mengetahui hasil tersebut, peneliti melakukan penelitian kuantitatif deskriptif, dengan cara membagikan kuesioner kepada para pengguna XL di Surabaya. Kemudian diolah dengan menggunakan tabel frekuensi dan tabulasi silang. Teori yang digunakan adalah tingkat pengetahuan, logo, dan teori S-O-R. Hasil akhir penelitian ini secara keseluruhan adalah para pengguna XL di Surabaya memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai logo baru XL, baik dari elemen bentuk, elemen warna, dan elemen tipografi.

Kata kunci : Tingkat Pengetahuan, Logo, XL Axiata

ABSTRACT

Felix Lie Supardi NRP. 1423012002. LEVEL OF KNOWLEDGE THE USERS XL IN SURABAYA ABOUT THE NEW LOGO XL AXIATA.

The research was conducted to investigate the users level of knowledge in Surabaya about the new logo XL. To find the answer researchers conducted a descriptive study quantitative, by distributing questionnaires to users XL in Surabaya. Then processed using frequencies tables and cross tabulations. The theory used is the knowledge level, logo, dan S-O-R theory. The final result of this research as a whole is the users XL in Surabaya has a high level of knowledge about the new logo XL, both of form elements, color elements and typography elements.

Keyword : Level of knowledge, Logo, XL Axiata