

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis logo program studi di Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Universitas Telkom, menggunakan teori komunikasi visual dan makna visual Erwin Panofsky. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo-logo prodi memiliki elemen visual yang mencerminkan identitas masing-masing prodi. Logo "Digital Public Relations" menggunakan simbol yang melambangkan hubungan dan kerjasama, serta warna inklusif gender. Logo "Ilmu Komunikasi" dan "Digital Content Broadcasting" juga dianalisis untuk kesesuaian elemen visual dengan identitas prodi. Teori yang digunakan pada penelitian menggunakan teori David E Carter sebagai syarat membuat logo yang baik dan teori dari Erwin Panofsky untuk mengetahui makna visual yang terkandung pada logo. Sebagian besar logo memenuhi kriteria desain yang baik seperti kesederhanaan, konsistensi warna, dan skalabilitas, sehingga mudah diterapkan di berbagai media. Namun, beberapa logo memerlukan perbaikan untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitasnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis representasi visual serta filosofi yang terkandung dalam logo-logo program studi di Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Universitas Telkom.

Kata Kunci

Desain Logo, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial , Identitas Visual, Teori David E Carter, Teori Erwin Panofsky