ABSTRAK

MASTERBRAND LOGO SEBAGAI IDENTITAS SAUNG ANGKLUNG UDJO BANDUNG DALAM SOSIALISASI KESENIAN SUNDA

Oleh :

Friska Anjani

NIM. 41807052

Skripsi ini di bawah bimbingan,
Melly Maulin P., S.Sos., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "*Masterbrand* Logo Sebagai Identitas Saung Angklung Udjo Bandung Dalam Sosialisasi Kesenian Sunda. Untuk menjawab masalah diatas, peneliti menganalisa logo dari Saung Angklung Udjo yaitu bentuk logo, makna logo, dan nilai esensi logo.

Tipe penelitian ini adalah kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara, Observasi, Dokumentasi, Studi Pustaka dan *Internet Searching*. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 4 informan penelitian, yaitu: 1 informan kunci dan 3 informan pendukung.

Hasil penelitian menunjukan, bahwa logo Saung Angklung Udjo Bandung secara tidak langsung dapat dijadikan sebagai media sosialisasi kesenian sunda baik dari segi **bentuknya**, **maknanya** serta **nilai esensi** yang terkandung di dalam *masterbrand* logo Saung Angklung Udjo Bandung. Dengan memasukkan salah satu alat musik kesenian Sunda yaitu angklung sebagai salah satu unsur dalam logo dapat menunjukan komitmen dan profesionalisme Saung Angklung Udjo sebagai sebuah tempat konservasi kebudayaan Sunda, khususnya angklung.

Kesimpulan Penelitian ini memperlihatkan bahwa *Masterbrand logo* Saung Angklung Udjo dapat menjadi salah satu media dalam sosialisasi kesenian Sunda. Logo Saung Angklung Udjo selalu dilibatkan dalam setiap acara yang diagendakan oleh perusahaan. Dengan cara tersebut, Saung Angklung Udjo berharap unsur angklung pada logo dapat mensosialisasikan kesenian Sunda khususnya angklung kepada masyarakat umum.

Saran yang disampaikan pada penelitian ini adalah agar Saung Angklung Udjo dapat memperbaharui penampilan serta lagu-lagu yang ditampilkan di saat pertunjukan, sehingga pengunjung tidak merasa bosan dengan pertunjukan yang dimainkan oleh Saung Angklung Udjo.