

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA *REBRANDING* LOGO HNI SEBAGAI
PERUSAHAAN HALAL MODERN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Disusun Oleh:

Syaima

NIM. 1224060155



BANDUNG

2026 M / 1448 H