

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Simpulan merupakan hasil dari analisis data-data penelitian yang sesuai dengan identifikasi masalah, dari hasil penelitian analisis semiotika Ferdinand De Saussure mengenai logo TRANS TV Periode 2013.

1. Penanda bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya TRANS TV dalam menciptakan logo TRANS TV periode 2013 tersebut di mana logo baru terkunci dengan simbol dan *logotype* horizontal. Pemaknaan petanda pada logo TRANS TV 2013 menggunakan berlian pada huruf “A” yang dipadukan dengan campuran warna warna kuning, hijau, biru dan ungu dengan maksud *me-refresh* logo lama yang hanya didominasi warna biru. agar semuanya ditampilkan secara kebaruan. Logo baru ini dihantarkan melalui perjalanan berbagai kilauan cahaya melalui sebuah jembatan dengan berbahan logam, dengan diiringi *backsound concert hall ambience*, sehingga mewujudkan menjadi bola putih bercahaya yang menyinari sebuah kota yang futuristik berlatar hamparan hijau dan langit biru.
2. Petanda pada logo TRANS TV 2013 adalah makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan/atau nilai-nilai yang terkandung di dalam logo TRANS TV 2013, berupa gambaran kekuatan, keabadian, kebaruan, kemewahan dan kreatifitas yang tercermin dalam program baru yang lebih

fenomenal untuk menghibur dan memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai khalayak penontonnya.

3. Logo merupakan corporate identity. Perubahan logo TRANS TV sebagai corporate identity masih mempertahankan bentuk berlian namun visualisasinya berubah dari fokus terhadap bentuk menjadi lebih tertuju pada esensi berupa warna dan kilauan berlian yang merepresentasikan keragaman karakter maupun program TRANS TV sesuai dengan keberagaman yang ada di Indonesia. perubahan logo sebagai corporate identity ini merupakan upaya rebranding yang berfokus pada dua aspek yaitu (1) Adanya kepemimpinan baru yang diakibatkan hengkangnya tokoh penting di TRANS TV, dan (2) Analisa prospektif pasar yang diakibatkan adanya pesaing baru yaitu NET TV. faktor-faktor rebranding ini yang menjadi latar perubahan logo TRANS TV sebagai *corporate identity*.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Teoritis**

1. Peneliti berharap akan ada penelitian selanjutnya yang membahas lebih jauh mengenai semiotika Ferdinand De Saussure terhadap logo dari sebuah perusahaan maupun organisasi lainnya.
2. Peneliti berharap akan ada penelitian selanjutnya yang akan membahas mengenai sebuah logo perusahaan, tetapi dengan menggunakan pendekatan lain selain semiotika John Fiske yang lebih menekankan

kepada realitas, representasi, dan ideologi. Atau pun menggunakan pisau analisis semiotika Roland Barthes yang lebih menekankan pada denotasi, konotasi dan mitos.

3. Penulis menyarankan kepada mahasiswa Unisba untuk lebih mendalami teori semiotika khususnya mahasiswa ilmu komunikasi untuk lebih memahami pentingnya semiotika dalam sebuah perkembangan ilmu dan praktik dalam *public relations*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis merupakan saran yang penulis berikan untuk pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, mengenai objek yang diteliti. Adapun saran yang penulis kemukakan yaitu :

1. Secara petanda, alangkah baiknya logo TRANS TV 2013 lebih menonjolkan sisi warna pada tulisan TRANS TV, bukan hanya ditonjolkan pada huruf "A" agar masyarakat lebih tertarik, dan mengenal logo yang diciptakan TRANS TV tersebut.
2. Secara petanda, sebaiknya penciptaan logo TRANS TV periode 2013 mempunyai tujuan yang lebih jelas lagi, seperti visi dan misi dari logo yang baru harus lebih dijelaskan kepada masyarakat sebagai khalayak penontonnya. Agar masyarakat lebih tertarik dan mengerti alasan dari perubahan logo TRANS TV tersebut.
3. Secara *corporate identity* alangkah baiknya logo TRANS TV periode 2013 lebih mencerminkan identitas dari TRANS TV itu sendiri, selain

itu TRANS TV harus menciptakan tayangan atau program yang lebih edukatif yang tidak mengandung muatan yang tidak sesuai dengan etika, hukum, kebudayaan masyarakat Indonesia.

