

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini, peneliti akan mengemukakan dari uraian sebelumnya dan berdasarkan pemaparan pada bab-bab yang ada dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Simpulan dari penelitian ini dapat dimasukkan kedalam 3 poin yaitu :

- Simbol-simbol yang terdapat dalam logo PT. Telkom Tbk. yaitu adalah bentuk lingkaran asimetris. Lalu Bentuk yang kedua adalah tangan kanan yang ramah. kombinasi tangan dan lingkaran, Tipografi Gotham Rounded, lalu ada warna yang terdapat dalam logo merah, putih dan abu-abu.

Komposisi yang yang pas dan presisi serta warna yang trendi dan terlihat *friendly*.

- Makna simbol yang terdapat pada logo PT. Telkom Tbk yaitu

1. Grafis

Kombinasi lingkaran dan tangan kanan kombinasi lingkaran dan tangan kanan ini memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat. Lingkaran itu sendiri memiliki sifat dinamis. Kombinasi antara lingkaran dan tangan ini terlihat seperti sebuah cincin atau bahkan ada yang melihatnya percikan atau lidah api. *Picture mark* dan *logogram* yang terdapat pada logo adalah seperti bentuk matahari.

2. Tipografi

Pada logo PT. Telkom font yang digunakan adalah berjenis Font Gotham Rounded merupakan font Telkom Indonesia mencerminkan suatu keseimbangan yang natural.

3. Warna

Warna dalam logo yaitu Merah yang artinya berani menghadapi tantangan. warna putih dalam logo artinya suci memberikan ketulusan hati dalam melayani masyarakat. Warna abu-abu terkesan melambangkan teknologi. Warna hitam terkesan elegan dan kuat.

4. Komposisi

Pada logo Telkom terlihat elemen-elemen visual dengan komposisi yang teratur sehingga menciptakan kesan kalem dan statis. *Logotype* yang susunannya tidak monoton dan tidak panjang sehingga tidak terasa monoton dan membosankan.

- Logo pada PT. Telkom sebagai *Corporate Identity*

Logo PT. Telkom Tbk saat ini menurut peneliti masih kurang banyak yang mengenali atau bahkan mengingat, dikarenakan sosialisasi yang masih dikatakan sangat kurang mengingat perubahan logo yang dilakukan pada tahun 2009 dari logo semula yang sudah bertahun-tahun menjadi identitas perusahaan, lalu diganti dengan logo baru dan setahun kemudian diubah kembali warnanya menjadi merah putih dan abu-abu serta tulisan yang berwarna merah. Meskipun tidak ada perubahan signifikan terhadap bentuk maupun tulisan, perubahan warna dianggap sangat penting dalam logo. Untuk

itu masih kurangnya logo yang sekarang sebagai identitas perusahaan (*Corporate Identity*) meskipun warna dalam logo sekarang dianggap lebih trendi dan *eye-catching* dari warna logo sebelumnya.

5.2 Saran atau Rekomendasi

- Rekomendasi Teoritis
 - Sebaiknya dalam studi mendatang agar lebih dimatangkan lagi mengenai ilmu-ilmu seperti semiotika ini, sangat baik sekali apabila analisis mengenai persepsi atau memaknai sesuatu ini lebih dipelajari lebih dalam, karena apabila melihat banyak sekali hal-hal yang sepertinya baik untuk diteliti, bukan hanya tentang logo saja akan tetapi melihat perkembangan jaman yang lebih maju maka banyak pula pertanyaan-pertanyaan yang nantinya akan menjadi perhatian kita. Untuk itu, dalam studi ini akan lebih baik mendalami dan mempelajari dengan baik mengenai analisis semiotika. Untuk itu Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa dilakukan lebih lanjut mengenai logo perusahaan agar tujuan penelitian nantinya dapat memberikan kontribusi yang lebih untuk instansi yang menjadi objek penelitian maupun instansi yang diwakili peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

- Rekomendasi Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi semua pihak terutama bagi instansi dan bagi mahasiswa, penulis memberikan beberapa saran untuk dapat dijadikan masukan tentunya untuk kemajuan semua pihak, antara lain:

- Sebaiknya sebagai sarana untuk menyampaikan pesan perusahaan bahwa perusahaan akan ada transformasi baru, selain itu sosialisasi logo baru Telkom juga perlu mendapat perhatian lebih untuk menguatkan logo baru dengan memberikan informasi kepada Stockholder terlebih dahulu sehingga ada kematangan dari dalam perusahaannya.
- Sebaiknya arti logo dapat mudah dipahami oleh masyarakat dengan cara sosialisasi logo baru ini, Disosialisasikan agar mengubah seluruhnya baik kantor, mobil dll dengan cepat sehingga publik dapat melihat mengenai perubahan logo pada PT. Telkom Tbk melalui berbagai macam media, baik dari produk, brosur, dan iklan, agar masyarakat khususnya pelanggan dapat memahami bentuk logo dan dapat memaknai maknanya dengan sempurna.
- sebaiknya dari pihak *Public Relations* R PT. Telkom Tbk. diberikan pengarahan yang mendalam mengenai logo ini agar *Public Relations* dapat lebih mengetahui makna logo ini sehingga dapat mensosialisasikan kepada masyarakat dengan baik bagaimana identitas perusahaan sehingga dapat membentuk image baru dimata masyarakat.