

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis dan hasil wawancara yang sudah peneliti kumpulkan mengenai penelitian tentang “Makna Logo Pesawat N219 (Studi Analisis Charles Sanders Pierce Mengenai Makna Logo Pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero))”, peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan uraian yang telah dianalisis dan yang dibahas sebelumnya, Kesimpulan yang peneliti ambil sebagai berikut:

1. Tanda (*sign*) dari logo pesawat N219 adalah keseluruhan dari semua tanda-tanda yang ada didalam elemen-elemen dasar logo pesawat N219 yang memiliki makna ikatan dan sebuah simbolisasi dari tradisi perusahaan dalam membuat logo. Hubungan antara pembuat logo dengan filosofi yang ada didalam logo pesawat N219 merupakan kesepakatan secara serempak oleh para pembuat logo yaitu antara LAPAN dan PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dalam memaknai setiap elemen-elemen yang ada pada logo pesawat N219.
2. Objek (*object*) dari logo pesawat N219 adalah tanda yang ada didalam benak pemikiran dari pembuat logo untuk menciptakan sebuah logo baru. Dan objek dari logo ini tidak terlepas dari ikon, indeks dan simbol pada logo pesawat N219 yaitu logo N219 dan PT. Dirgantara Indonesia (Persero).
3. Interpretan (*interpretant*) dari logo pesawat N219 adalah suatu pemahaman awal dari segala proses pencapaian arti yang disampaikan oleh suatu bentuk

tanda, dan elemen-elemen yang terdapat dalam setiap bagian dari logo pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero). Yaitu dasar bentuk logo, tulisan N219, garis-garis berpotongan dan warna biru yang digunakan pada logo pesawat N219.

4. Analisis Semiotika Charles Sander Pierce dari Logo Pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero) merupakan suatu bentuk penganalisaan terhadap suatu bentuk elemen-elemen yang terbagi akan 3 komponen, yaitu tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretan (*interpretant*).

Dan, untuk dapat melakukan pemasaran N219 secara efektif dan meraih penjualan sebanyak 488 unit tersebut diperlukan strategi yang harus mempertimbangkan beberapa *Key Success Factors* untuk operasi pesawat komersil yang telah diidentifikasi, yaitu:

- N219 harus kompetitif dari sisi kenyamanan dan biaya operasi.
- Tersedia *financing scheme* bagi *customer* untuk pembelian N219.
- *Delivery time* dari N219 harus tepat waktu sesuai pembelian *customer*.
- Dukungan layanan bagi pelanggan N219 harus *excellent* seperti yang competitor berikan.
- Selain dari DGCA N219 harus juga mendapatkan sertifikasi global dari EASA atau FAA.
- Sebagai *new player*, N219 harus dijamin *resale value* nya.

Semua strategi pemasaran ini harus sesuai dengan positioning PTDI sebagai perusahaan maupun positioning produk yang ingin disampaikan kepada pelanggan. Positioning dalam hal ini adalah posisi PTDI dan produknya di dalam persaingan

dan ke arah mana atau bagaimana produk ingin ditawarkan agar dapat meraih pembeli potensial.

5.2 Saran

Dari analisis dan hasil wawancara yang sudah peneliti kumpulkan mengenai penelitian tentang “Makna Logo Pesawat N219 (Studi Analisis Charles Sanders Pierce Mengenai Makna Logo Pesawat N219 PT. Dirgantara Indonesia (Persero))”, peneliti memberikan saran berdasarkan uraian yang telah dianalisis dan yang dibahas sebelumnya, saran yang peneliti ambil sebagai berikut:

5.2.1 Saran bagi PT. Dirgantara Indonesia (Persero)

1. Disarankan untuk lebih membranding dari pesawat N219 agar semakin populer dari sekarang ini dan bisa menanamkan brand image pada masyarakat juga akan adanya logo dari pesawat N219 itu sendiri.
2. Diharapkan untuk menggunakan warna selain biru agar terlihat berbeda dengan logo perusahaan dan menjadi ciri khas tersendiri juga bagi logo pesawat N219 nya.
3. Diharapkan untuk menggunakan logo pada pesawat-pesawat selain N219 agar brand identity dari PT.Dirgantara Indonesia (Persero) lebih bagus dan bisa mudah diingat oleh masyarakat.
4. Untuk strategi *marketing* dari pesawat N219 bisa lebih dikembangkan lagi agar penjualan atau *market share* dari pesawat N219 tidak hanya banyak di Indonesia saja, tetapi di mancanegara juga.
5. Strategi *marketing* dalam penjualan pesawat N219 yang digunakan oleh PT. Dirgantara Indonesia harus ada penambahan ide karena mengetahui

sekarang zaman sudah semakin berkembang dan agar N219 bisa terus dikenal publik melalui strategi yang dibuat oleh perusahaan itu sendiri.

5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap, untuk penelitian selanjutnya agar lebih mempersiapkan diri terkait dalam pembagian waktu yang baik dan tersusun, mengingat kondisi masih dalam pandemic COVID-19 dan selama penelitian tidak selamanya sesuai dengan apa yang diharapkan. Pentingnya ketelitian dan kesabaran selama proses penelitian berlangsung.