BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Di dalam dunia perbankan nasabah/konsumen adalah titik sentral atau pusat perhatian yang mesti ditujukan, baik bank yang bergerak sebagai Bank Umum maupun Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Setiap bank berlomba-lomba meyakinkan nasabah/konsumen bahwa produk dan jasa merekalah yang paling tepat untuk digunakan atau dikonsumsi, sehingga berdasarkan informasi yang masuk ke dalam benak nasabah/konsumen akan mempengaruhi sikap dan keyakinan, yang akhirnya timbul motivasi untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk dan jasa tersebut. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mencapai hal tersebut, mulai dari melakukan sebuah perubahan manajemen, sistem yang dikembangkan, aturan – aturan atau undang–undang yang ditetapkan tentang tata kelola sebuah perusahaan, sampai pada perubahan identitas perusahaan *(corporate identity)* dan lain sebagainya.

Begitu juga dengan Bank BTPN (Bank Tabungan Pensiunan Nasional), pada awalnya Bank BTPN bernama Bank Pegawai Pensiunan Militer (BAPEMIL), yang didirikan di Bandung 5 Februari 1958. Sampai saat ini Bank BTPN sudah memasuki usia ke 50 tahun, sudah setengah abad berada di tengah – tengah masyarakat, masyarakat mengenal nama Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) hanya sebagai Bank Pensiunan, yang identitas perusahaan *(corporate identity)* di bawah bank – bank lain seperti Bank BRI, Bank BNI, Bank BCA dan lain sebagainya. Tentunya dengan identitas perusahaan *(corporate identity)* yang belum melekat di benak nasabah / konsumen akan membawa permasalahan di masa yang akan datang.

Dalam perkembangannya Bank BTPN telah banyak melakukan perubahan, perubahan terjadi pada tahun 1985, 1993 dan 2006. Pada tahun 2006 Bank BTPN (Bank Tabungan Pensiunan Nasional) melakukan perubahan, dimulai dari penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai prinsip dasar manajemen dengan diikuti adanya peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 23 tahun 2005 tentang pengelolaan keuangan badan layanan umum tanggal 13 Juni 2005, dikembangkannya s*ervice of excellence* sebagai tata cara pelayanan, *service of excellence* merupakan upaya Bank BTPN guna meningkatkan mutu pelayanan dan kinerja perusahaan, serta perubahan pada identitas perusahaan *(corporate identity)*.

Identitas perusahaan *(corporate identity)* bukan hanya berbentuk fisik atau verbal, tetapi juga hal-hal yang bersifat non fisik seperti moralitas dalam bekerja, prilaku dalam bekerja dan peningkatan kinerja karyawan.

Menurut Balmer (1995) di dalam (http://www.agesvisual.com /2007/11/14/corporate-identity.htm), identitas perusahaan adalah "secara riil *corporate identity* dapat diwujudkan berupa kultur organisasi, perusahaan atau kepribadian dari organisasi, perusahaan tersebut agar masyarakat mengetahui, mengenal, merasakan dan memahami filosofi-filosofi perusahaan, organisasi tersebut".

Lebih lanjut identitas perusahaan *(corporate identity,)* terdiri dari tiga bagian, yaitu :

- *Corporate Visual Identity*, yaitu : logo, bangunan, seragam kerja, sarana angkut, perlengkapan kerja *(stationery office)*, media pendukung promosi seperti *merchandise*, dan lain sebagainya.
- *Corporate Communication*, yaitu : iklan, *public relations*, brosur, sepanduk, informasi dan lain sebagainya.
- *Corporate Behavior*, yaitu : nilai-nilai internal, norma-norma, etika dalam berkerja, pelayanan dan lain sebagainya.

Perubahan identitas perusahaan *(corporate identity)* Bank BTPN tahun 2006, meliputi identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)*, berupa : logo, bangunan, seragam kerja, sarana angkut, perlengkapan kerja *(stationery office)*, media pendukung promosi seperti *merchandise*, dan lain sebagainya. Identitas visual perusahaan tidak terlepas dari elemen – elemen visual yang membentuknya, elemen - elemen visual tersebut berupa unsur elemen visual warna, tipogarafi, bentuk, simbol, garis, lambang, gambar, dan lain sebagainya.

Perubahan identitas perusahaan *(corporate identity)* Bank BTPN tahun 2006 merupakan upaya Bank BTPN untuk meningkatkan citra di masyarakat, serta meningkatakan mutu dan kualitas perusahaan sebagai penyedia jasa layanan keuangan yang terpilih di Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah.

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang masalah maka permasalahaan di identifikasi dalam hal perubahan yang dilakukan Bank BTPN tahun 2006,meliputi :

- Penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai prinsip dasar manajemen dengan diikuti adanya peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 23 tahun 2005 tentang pengelolaan keuangan badan layanan umum tanggal 13 Juni 2005.
- Identitas perusahaan *(corporate identity)* bukan hanya berbentuk fisik atau verbal, tetapi juga hal-hal yang bersifat non fisik seperti moralitas dalam bekerja, prilaku dalam bekerja dan peningkatan kinerja karyawan. *Service of excellence* merupakan upaya yang dikembangkan guna meningkatkan mutu pelayanan dan kinerja perusahaan.

- Perubahan identitas perusahaan *(corporate identity)* Bank BTPN tahun 2006, meliputi identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)*, berupa elemen – elemen visual, yaitu : logo, bangunan, seragam kerja, sarana angkut, perlengkapan kerja *(stationery office)*, media pendukung promosi seperti *merchandise*, dan lain sebagainya. Di dalam elemen - elemen visual tersebut dapat berupa unsur elemen visual warna, tipogarafi, bentuk, garis, simbol, lambang, gambar, dan lain sebagainya.

Perubahan Bank BTPN tahun 2006 merupakan upaya Bank BTPN untuk meningkatkan citra di masyarakat, serta meningkatkan mutu dan kualitas perusahaan sebagai penyedia jasa layanan keuangan yang terpilih di Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah.

Bagaimana identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)* Bank BTPN tahun 2006 kaitannya dalam s*ervice of excellence* Bank BTPN.

1.4 Batasan Masalah.

Penelitian dibatasi pada identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)* Bank BTPN tahun 2006 kaitannya dalam *service of excellence* Bank BTPN, berupa :

- Identitas visual logo Bank BTPN tahun 2006, dilihat dari unsur elemen visual yang diterapkan, seperti warna, bentuk.
- Identitas visual bangunan dan seragam kerja Bank BTPN tahun 2006, pada *front office* bagian *teller*, dilihat dari unsur elemen visual warna abu – abu dan oranye.

Identitas visual logo, bangunan dan seragam kerja merupakan elemen visual terpenting di dalam pembentukan sebuah identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)*, karena elemen visual tersebut dapat memproyeksikan perusahaan secara singkat dan padat ke dalam bentuk komunikasi visual.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.

Penelitian yang dilakukan penulis untuk mengkaji identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)* Bank BTPN tahun 2006 dan *service of excellence* Bank BTPN, yaitu :

- Secara umum penelitian ini bermaksud untuk mempelajari keterkaitan identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)* Bank BTPN tahun 2006 dengan *service of excellence* Bank BTPN, berdasarkan pemilihan unsur elemen visual yang diterapkan seperti warna, bentuk.
- Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan ilmu pengetahuan di bidang Desain Komunikasi Visual tentang penciptaan identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)* Bank BTPN tahun 2006 meliputi logo, bangunan dan seragam kerja, kaitannya dalam *service of excellence* Bank BTPN, di lihat dari unsur elemen visual yang diterapkan.

1.6 Manfaat Penelitian.

Manfaat dari penelitian yang dilakukan pada identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)* Bank BTPN tahun 2006 dan *service of excellence* Bank BTPN, yaitu :

- Secara umum manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah untuk menggali dan memahami lebih detail tentang keterkaitan identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)* Bank BTPN tahun 2006 dengan *service of excellence* Bank BTPN, berdasarkan pemilihan unsur elemen visual yang diterapkan.

- Secara khusus penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu di bidang Desain Komuikasi Visual khususnya dalam penciptaan identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)* Bank BTPN tahun 2006, kaitannya dalam *service of excellence* Bank BTPN.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode Deskriptif Analisis. Menurut Surakhmad, (1985:139), metode Deskriptif Analisis adalah "metode yang dipergunakan untuk memecahkan masalah aktual dengan cara mengumpulkan data, menyusun dan menganalisis serta menginterpretasikannya". Oleh karena itu titik berat pada pengungkapan masalah yang sedang dihadapi.

1.7.1 Instrumen Penelitian.

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis mengggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Studi pustaka *(literary research).*

   Yaitu dengan menggunakan berbagai referensi atau mengacu pada bahan-bahan di perpustakaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dimana di dalamnya terdapat studi tentang identitas perusahaan, logo, warna, bentuk, tipografi, serta teori - teori dari para ahli dibidangnya. Studi yang dilakukan menunjang bagi penulis dalam melakukan penelitian.

2. Studi lapangan (*field research*).

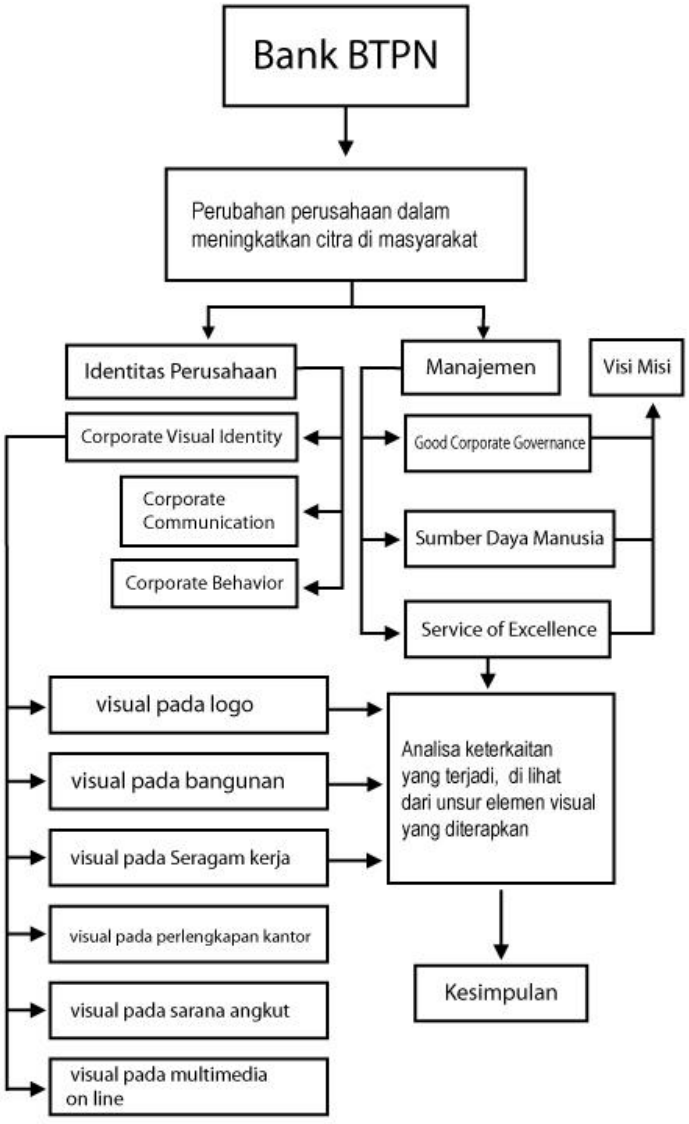
   Yaitu melakukan pengamatan langsung ke perusahaan yang diteliti untuk mendapatkan data dengan cara :

   - Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung kepada

Kepala bagian umum, divisi *supporting* serta dengan pihak-pihak yang berwewenang dan bertanggungjawab untuk memberikan informasi atau data dari perusahaan yang bersangkutan.

- Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara mengadakan pengamatan langsung di lokasi penelitian yang berhubungan dengan data yang diperlukan.

1.7.2 Skema Bagan Berfikir.



Gambar 1.1 Skema Bagan Berfikir.

1.8 Sistematika Penulisan.

Untuk memudahkan penulisan ini maka penulis menyusun laporan penelitian ini secara sistematis, yaitu :

Bab I Pendahuluan.

Merupakan penguraian dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan

Bab II Unsur Elemen Identitas Visual.

Merupakan penguraian tentang teori-teori yang digunakan dalam mengkaji permasalahan yang diteliti tentang identitas perusahaan *(corporate identity)*, identitas visual perusahaan *(corporate visual identity)*, unsur elemen visual.

Bab III Upaya Bank BTPN Menuju *Good Corporate Governance*.

Merupakan penguraian tentang visi misi Bank BTPN, g*ood corporate governance*, *service of excellent*.

Bab IV Analisa Identitas Visual Perusahaan Kaitannya Dalam *Service Of Excellent* Bank BTPN.

Merupakan penguraian tentang identitas visual logo Bank BTPN tahun 2006, identitas visual bangunan Bank BTPN, identitas visual seragam kerja Bank BTPN,.

Bab V Kesimpulan dan Saran.

Merupakan penguraian tentang kesimpulan dari penelitian serta saran yang dikemukakan.