BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan adalah hal yang biasa dilakukan oleh sebuah perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat bertahan di lingkungannya dan mewujudkan tujuan-tujuan tertentu sehingga perusahaan tersebut bisa terus bertahan menghadapi persaingan yang ketat di tengah kemajuan jaman. Salah satu perubahan yang dilakukan oleh perusahaan adalah perubahan organisasi.

Salah satu realisasi dari perubahan organisasi adalah adanya pergantian pimpinan perusahaan dalam jajaran direksi. Pergantian pimpinan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah sebuah langkah maju untuk melakukan perubahan dan mengharapkan adanya hal-hal yang positif bagi perusahaan yang belum pernah muncul dari pimpinan sebelumnya. Dengan berubahnya jajaran direksi di suatu perusahaan, kemungkinan adanya perubahan lain di segala sektor perusahaan sangat besar, salah satunya adalah logo perusahaan.

Perubahan logo/identitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah salah satu konsekuensi dari perubahan jajaran direksi dan perubahan-perubahan lainnya yang telah dilakukan. Perusahaan memerlukan sesuatu yang dapat dilihat oleh masyarakat untuk menandai adanya suatu perubahan di dalam perusahaan tersebut. Selain itu, logo baru juga dapat membentuk sebuah citra baru di mata masyarakat tentang perusahaan tersebut karena banyaknya orang yang melakukan kontak pertama kali dengan perusahaan melalui logo/identitas perusahaan mereka.

Salah satu perusahaan yang melakukan perubahan jajaran direksi sekaligus melakukan perubahan logo perusahaan adalah PT Kereta Api Indonesia (Persero) (PT KAI). Pada tanggal 25 Februari 2009, Ignasius Jonan yang sebelumnya adalah Direktur dari Citi Group periode 2006 - 2008 dilantik oleh Menneg BUMN untuk menjadi Direktur Utama yang baru dari PT KAI menggantikan Ronny

Wahyudi. Dengan terpilihnya menjadi pimpinan perusahaan, beliau ingin membuat suatu perubahan yang berarti di PT KAI ini, salah satu yang sangat berpengaruh adalah semangat “Bangun dan Lari” yang disuarakan oleh beliau untuk semua insan di PT KAI. Semangat ini membuat kinerja dari para insan PT KAI meningkat dan dalam kurun waktu satu tahun PT KAI sanggup meningkatkan keuntungan hingga dua kali lipat. Selain itu, perubahan yang ingin dilakukan oleh beliau adalah mengubah citra PT KAI menjadi sebuah perusahaan BUMN yang berkontribusi besar terhadap negara dan menjadi jasa transportasi kereta api dengan pelayanan terbaik di mata masyarakat. Walaupun hingga saat ini PT KAI masih menjadi perusahaan monopoli di bidang jasa transportasi kereta api, pemerintah berencana untuk mengajak para perusahaan swasta untuk masuk ke dalam persaingan. Beliau jeli melihat hal ini dan bersiap memasang ancang-ancang terhadap ancaman dari perusahaan swasta yang akan masuk ke dalam persaingan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk kewaspadaan PT KAI agar tidak kehilangan konsumen pada saat perusahaan swasta datang di kemudian hari. Oleh karena itu, berdasarkan dari hal-hal tadi telah disepakati untuk melakukan pembuatan logo baru PT KAI untuk memberi tahu kepada masyarakat bahwa ada perubahan di PT KAI sekaligus ingin memancarkan citra yang lebih baik kepada masyarakat sebelum para perusahaan swasta datang.

Perubahan logo yang dilakukan oleh PT KAI terbilang unik karena dilakukan melalui proses sayembara yang dapat diikuti oleh semua penduduk di Indonesia. Dibandingkan dengan perusahaan negara lain seperti Telkom dan Pertamina yang menghabiskan miliaran rupiah untuk membuat logo baru melalui perusahaan logo terkenal Landors, PT KAI justru lebih memilih untuk melalui proses sayembara dan menghemat dengan hanya mengeluarkan ratusan juta rupiah untuk membuat logo baru ini. Sayembara logo baru PT KAI yang dilaksanakan dari tanggal 15 Juni - 15 Juli 2011 itu akhirnya dimenangkan oleh Farid Stevy Asta, seorang desainer alumni ISI Yogyakarta. Logo baru ini diresmikan pada tanggal 28 September 2011 bertepatan dengan hari ulang tahun PT KAI yang ke-66.



Gambar I.1 Logo baru PT Kereta Api Indonesia (Persero)
Sumber: Dokumen PT Kereta Api Indonesia

Logo sebagai identitas visual perusahaan, idealnya tidak hanya mempunyai kaidah estetika yang baik tapi juga memiliki makna dan pesan dibalik logo tersebut. Logo sebagai penunjuk karakter perusahaan di mata publik memiliki peranan untuk merefleksikan semua tentang perusahaan yang diwakilinya. Elemen-elemen visual seperti garis, bentuk, warna, tipografi dan sebagainya, juga diharapkan memiliki hubungan dengan visi, misi, dan budaya perusahaan. Sesuai dengan salah satu tujuan logo yaitu untuk merefleksikan semangat dan cita-cita perusahaan.

Penerapan nilai utama budaya perusahaan yang baru di dalam tubuh PT KAI yaitu, integritas, profesional, keselamatan, inovasi dan pelayanan prima, menjadi dasar moral para insan PT KAI agar pemikiran, tindakan dan hasil kerja bisa menjadi ciri perusahaan. Salah satu alasan diubahnya logo PT KAI adalah adanya penerapan nilai utama tadi yang bisa memotivasi dan meningkatkan kinerja para insan PT KAI, oleh karena itu logo baru ini diharapkan memiliki keselarasan dengan budaya perusahaannya. Hubungan tersebut dapat ditinjau dari elemen-elemen visual yang diaplikasikan ke dalam logo.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah, maka identifikasi masalah meliputi:

a. Logo PT KAI sebagai identitas visual perusahaan memiliki elemen-elemen visual. Elemen-elemen visual berupa garis, bentuk, warna, tipografi, simbol dan lain sebagainya, memiliki pesan, kesan dan efek psikologis tertentu.
b. Logo baru PT KAI sebagai bagian dari identitas perusahaan (*corporate identity*) diharapkan memiliki makna yang sesuai dengan visi, misi dan budaya perusahaan.
c. Salah satu tujuan logo yaitu untuk merefleksikan semangat dan cita-cita perusahaan, oleh karena itu logo diharapkan memiliki hubungan dengan budaya perusahaan sebagai perilaku organisasi untuk mencapai visi dan misi perusahaan.

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalahnya adalah:

a. Bagaimana pesan, kesan dan efek psikologis dari elemen-elemen visual logo baru PT KAI tahun 2011?
b. Bagaimana keselarasan antara elemen-elemen visual logo baru PT KAI tahun 2011 dengan lima nilai utama budaya perusahaan?

I.3 Batasan Masalah

Agar penelitian dapat fokus dan mencapai tujuan penelitan, maka penekanan masalah akan dititikberatkan hanya ke dalam masalah elemen visual pembentuk logo yang digunakan dalam logo baru PT KAI tahun 2011 dan keselarasannya dengan lima nilai utama budaya perusahaan yaitu, integritas, profesional, keselamatan, inovasi dan pelayanan prima. Pendeskripsian elemen visual menggunakan makna denotatif, sedangkan dalam meninjau pesan, kesan dan efek psikologis menggunakan makna konotatif. Elemen visual yang akan dibahas adalah garis, bentuk, warna dan tipografi. Subjektivitas penulis dalam menginterpretasi akan berdasarkan teori-teori dan hasil wawancara yang didapat oleh penulis.

I.4 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan dengan metode kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2004: h.3).

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

a. Pengumpulan data

   Mengumpulkan data dari berbagai sumber berupa data primer maupun sekunder. Mendapatkan data berupa teori dari berbagai buku atau artikel dari internet yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti seperti teori logo, teori warna serta teori-teori elemen visual lainnya serta studi budaya perusahaan dari para ahli di bidangnya. Selain itu mendapatkan data-data dari perusahaan yang bersangkutan berupa hasil wawancara.

b. Deskripsi

   Yaitu penguraian tanpa opini yang menguraikan elemen-elemen visual pada logo baru PT KAI tahun 2011 ini.

c. Tinjauan

   Yaitu penguraian tanpa opini yang menguraikan pesan, kesan dan efek psikologis dari masing-masing elemen visual dari logo baru PT KAI tahun 2011 berdasarkan teori dan wawancara.

d. Interpretasi

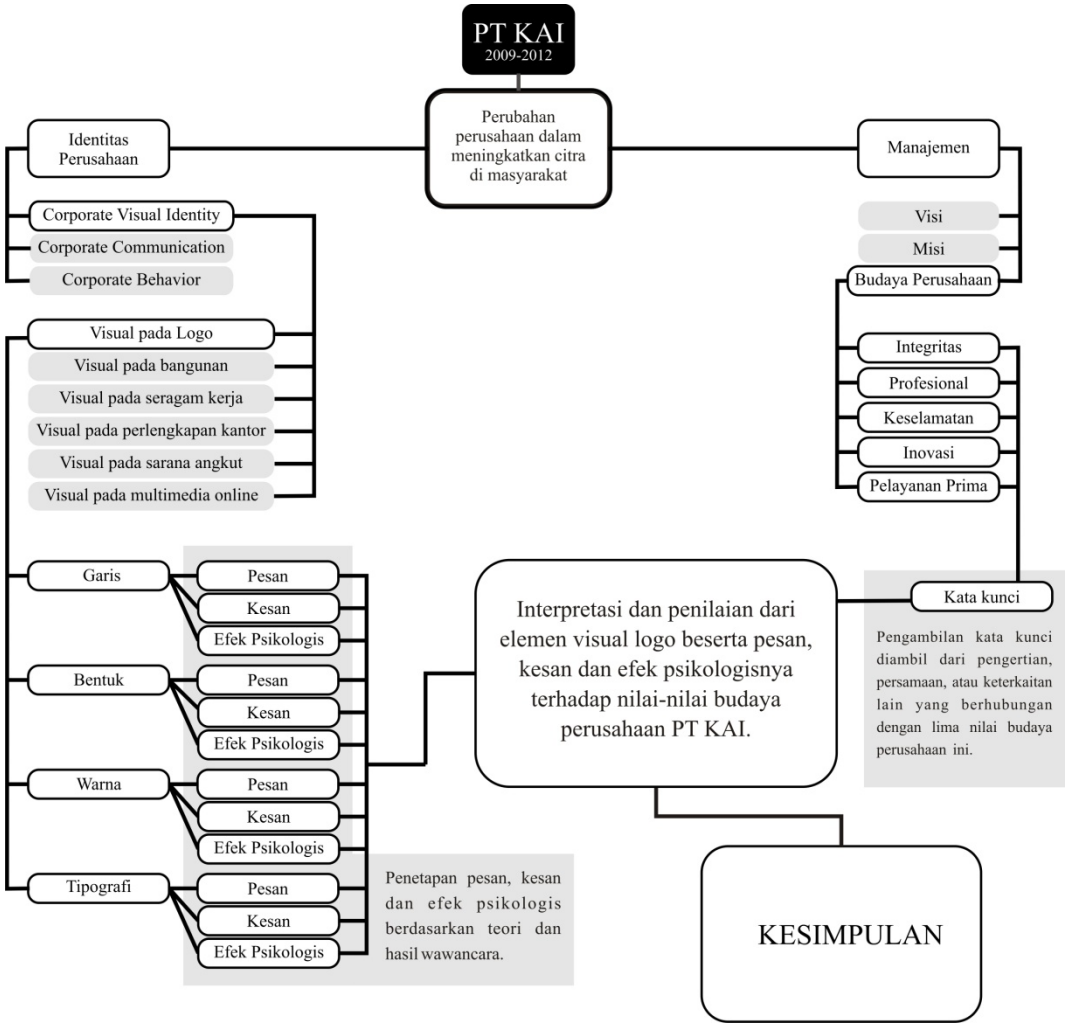
   Yaitu penguraian dengan opini yang menjelaskan keterkaitan antara elemen visual beserta pesan, kesan dan efek psikologisnya dengan nilai-nilai budaya perusahaan berdasarkan landasan teori dan sumber-sumber lain seperti wawancara.

e. Penilaian

   Yaitu hasil yang dikemukakan setelah mempertimbangkan kesimpulan pada tahapan-tahapan sebelumnya

f. Kesimpulan

   Yaitu menyimpulkan dari keseluruhan penelitian berupa hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah.



Gambar I.2 Bagan berfikir

I.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pesan, kesan dan efek psikologis dari elemen-elemen visual yang digunakan dalam logo baru PT KAI ini dan mengetahui keterkaitan antara elemen-elemen visual tersebut dengan budaya perusahaan yang dimiliki oleh PT KAI.

I.6 Manfaat Penelitian

Bagi Perusahaan:

Dapat dijadikan masukan bagi perusahaan apakah dari perubahan logo yang telah dilakukan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.

Bagi Peneliti:

Menambah referensi kepustakaan dan pengetahuan tentang perubahan logo di PT KAI serta memahami lebih detail tentang keterkaitan elemen-elemen visual yang terdapat di logo baru PT KAI tahun 2011 dengan budaya perusahaannya.

I.7 Sistematika Penulisan

Sistem Penulisan Penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan permasalahan apa yang ingin dijadikan objek penelitian secara ringkas. Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TEORI TENTANG LOGO BESERTA ELEMEN VISUALNYA DAN TEORI BUDAYA PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tinjauan umum dari judul yang diangkat dan teori-teori yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa teori-teori tentang logo, elemen-elemen visual dan budaya perusahaan.

BAB III TINJAUAN UMUM PT KERETA API INDONESIA

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah dan perkembangan perusahaan, visi dan misi, nilai-nilai perusahaan, budaya perusahaan dan logo baru PT KAI beserta filosofinya.

BAB IV TINJUAN VISUAL LOGO BARU PT KAI

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian yang telah didapat berdasarkan berbagai teori dan argumentasi dari penulis.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh rangkaian penelitian yang telah dilakukan, terutama dari hasil yang telah diperoleh dan pembahasannya.