ABSTRAK

Perubahan logo dapat menjadi masalah bagi perusahaan, berhasil atau tidaknya sebuah perubahan logo yang terjadi di mata masyarakat ditentukan oleh banyak hal. Bank bjb merupakan salah satu pelopor dari bank-bank yang terdapat di Indonesia saat ini, telah memiliki identitas atau citra yang sangat kuat dalam benak masyarakat dan telah dipercaya oleh masyarakat itu sendiri khususnya di daerah Jawa Barat. Persaingan bisnis yang ketat, menuntut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan dan meningkatkan citra perusahaannya. Salah satu pencitraan yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan membuat sebuah logo yang mampu memberikan daya tarik bagi setiap orang yang melihatnya, Bank bjb merubah jati dirinya dengan cara membangun identitas dan logo yang baru.

Penelitian ini menggunakan Metode penelitian Deskriptif Analisis, yaitu metode yang dipergunakan untuk memecahkan masalah aktual dengan cara mengumpulkan data, menyusun dan mengklasifikasikan, menganalisis dan menginterpretasikannya. Dari pengumpulan data dan studi literatur diperoleh beberapa hal diantaranya, elemen pembangun sebuah logo yaitu adalah (1) garis (2) Bentuk (3) Warna dan (4) Huruf.

Dari analisa yang telah dilakukan dalam hal perubahan logo Bank bjb, perubahan logo yang dilakukan perusahaan tidak dengan mengubah seluruh unsur logo tetapi masih menggunakan unsur yang berkaitan dengan logo lama, memanfaatkan nilai-nilai positif yang terkandung dalam logo lama. Visualisasi logo baru memiliki keterkaitan dengan konsep perusahaan (visi, misi, nilai dan budaya perusahaan) yang baru.

Kata kunci : Logo, Bank Bjb, Makna Visual