BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Visualisasi logo Bank Jabar dapat menggambarkan daerah asal berdirinya perusahaan tersebut sehingga perusahaan menggunakan simbol kedaerahan yang terdapat pada logo lamanya. Dalam perkembangan selanjutnya, perusahaan mengalami krisis kepercayaan yang disebabkan oleh salah satu musibah yang menimpa petinggi perusahaan tersebut. Dalam rangka memperbaiki, perusahaan memutuskan untuk membangun kembali dan membuat kebijakan perusahaan yang baru sekaligus memperluas jangkauan perusahaan ke ranah nasional.

Namun perubahan logo Bank Bjb juga masih mempertahankan beberapa unsur dari logo lama atau dapat dikatakan mempunyai hubungan dengan unsur lama disebabkan masih ada sebagian unsur yang layak dipertahankan karena dianggap masih dapat mewakili identitas perusahaan yang sekarang terlepas dari citra yang terbentuk sebelumnya. Dalam hal ini, yang masih dipertahankan yaitu adalah warna biru pada logo Bank Bjb, karena warna merupakan salah satu unsur utama dari pengenalan identitas.

Logo Bank Bjb yang semula memakai simbol Kujang dan Gedung Sate yang menggambarkan sifat kedaerahan, berbeda dengan logo Bank Bjb saat ini yang menggunakan simbol sayap yang menggambarkan pergerakan perusahaan, dalam hal ini pergerakan perusahaan maksudnya adalah perusahaan yang sedang berusaha memperluas jangkauannya kearah nasional.

Konsep menjangkau jauh untuk memberikan pelayanan terbaik yang diterapkan pada simbol sayap ini merupakan penggabungan dari arti tanda lain pada suatu tanda yang terkadang abstrak. Secara bentuk, walaupun itu tidak disebutkan sayap, tetapi simbol ini telah menggambarkan pergerakan atau hal yang bersifat dinamis dan menuju kearah positif karena posisi benda tersebut melengkung dan mengarah keatas. Tiga buah garis melengkung dan tersusun sejajar menggambarkan tiga filosofi yang dimiliki perusahaan yaitu visi & misi, nilai, serta budaya perusahaan, karena setiap butir dari ketiga filosofi yang dimiliki perusahaan memiliki keterkaitan makna dengan makna yang diggambarkan oleh simbol sayap seperti yang telah diungkapkan pada sub masalah sebelumnya.

Dalam pembahasan secara pembacaan tanda-tanda, visualisasi logo Bank Bjb melambangkan sayap dari seekor burung yang baru akan memulai perjalanannya atau baru akan mengawali perjalanan kehidupannya, sebuah perlambangan yang secara kesamaan maksud mewakili keadaan dan keinginan perusahaan saat ini.

5.2. Saran

Jika dilihat dari kasus-kasus perusahaan yang melakukan pergantian pada logo mereka dengan konsep dan program pengenalan logo baru atau sosialisasi yang benar (berdasarkan data dan analisa yang memadai), maka hasil yang akan didapatkan akan sesuai dengan harapan yaitu citra perusahaan yang menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Konsumen ataupun masyarakat tidak hanya memandang sebuah perusahaan dari logonya saja, melainkan masyarakat juga memandang dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan juga sangat memiliki peran penting. Dalam hal perubahan citra melalui pergantian logo hal yang paling penting untuk diperhatikan adalah bagaimana perusahaan tersebut dapat mempertahankan kepercayaan dan kesetiaan yang telah diberikan oleh pelanggan lama dan sekaligus juga dapat menarik dan menambah pelanggan baru. Dalam mempertahankan kepercayaan dan kesetiaan pelanggan lama, perusahaan dapat menerapkan kembali nilai positif perusahaan kedalam kebijakan perusahaan yang baru ataupun dengan memanfaatkan loyalitas pelanggan lama terhadap merek. Namun untuk menarik dan menambah pelanggan baru dapat dilakukan dengan cara mengkomunikasikan secara terus-menerus dan berkesinambungan serta menggunakan media-media yang efektif untuk mempublikasikan logo baru.

Merubah citra melalui pergantian logo sangat perlu dilakukan agar dapat memberikan kekuatan yang baru bagi identitas visual perusahaan yang pada akhirnya juga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan tenaga kerja yang dimiliknya, serta bertambahnya kepercayaan pelanggan jika dilakukan secara berkesinambungan dan konsep yang matang. Sebab apabila komunikasi tidak dilakukan secara berkesinambungan maka usaha yang sejak awal dilakukan akan sia-sia.

Pada pembahasan tentang perusahaan dimana tidak secara keseluruhan mengganti logo lama dengan logo baru melainkan tetap menerapkan sebagian dari logo lama ke dalam logo baru, citra yang terbentuk dari sebuah logo perusahaan merupakan hasil dari interaksi antara perusahaan dengan masyarakat yang ditempuh dalam jangka waktu yang lama. Untuk perubahan logo yang dilakukan perusahaan, mempertahankan nilai dari sebuah merek sangat diperlukan, karena apabila melakukan perubahan logo secara keseluruhan tanpa menerapkan sebagian nilai dari logo lama ke logo baru berarti menghilangkan citra yang telah terbentuk sebelumnya dan untuk membangun sebuah citra yang baru diperlukan waktu yang sangat lama dan biaya yang besar. Namun dalam hal ini perusahaan juga sangat perlu untuk memperhatikan pandangan masyarakat terhadap perubahan logo perusahaan yang tetap menerapkan unsur dalam logo

lama kedalam logo baru dimana dapat mengingatkan kembali masyarakat terhadap citra negatif yang telah tertempel pada logo lama.