BAB 5

KESIMPULAN

IM3 selalu menargetkan produknya untuk kalangan remaja yang berpenghasilan terbatas, masih dari uang jajan yang dibatasi pengeluarannya oleh orang tua. Maka daripada itu, mereka selalu mengusahakan yang terbaik dengan memberikan tarif termurah diantara produk-produk lainnya, dan juga dengan berbagai bonus yang bisa mereka perhitungkan akan menimbulkan keuntungan pula bagi mereka. Kondisi logo yang dominan menggunakan warna hijau apel tidak pernah berganti dari produk-produk mereka yang lalu. Warna itu selalu dengan senantiasa menemani produk-produk IM3. Warna hijau digunakan karena sesuai dengan target pasaran produk IM3 yang mengkhususkan anak remaja. IM3 menggunakan sistem tata tulis yang tengah marak dikalangan anak-anak remaja tersebut, yang lebih dikenal sebagai 'bahasa alay'. Tata tulis yang diwujudkan dalam slogan produk IM3 yang bertajukkan "MURAH" yang mengalami perombakan khusus menjadi "MU24H". Satu kata itu langsung bermakna luas dimana IM3 menyediakan produk yang murah terus-menerus selama 24 jam kepada pelanggan setianya.

Huruf yang digunakan adalah tipe-tipe font yang biasanya digunakan oleh anak-anak remaja dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh guru-guru mereka. Sebagian besar tentunya adalah tugas makalah atau laporan penelitian untuk Biologi atau Fisika. Seperti font Arial dan Minion, kedua font itu dianggap sebagai font yang 'sopan' untuk diperlihatkan pada orang yang

memiliki status lebih tinggi, yang bagi para anak remaja itu adalah gurunya. Anak remaja cenderung menghindari penggunakan font *Times New Roman* dikarenakan terkesan terlalu kaku dan 'pasaran', maka mereka lebih memilih Arial sebagai font utama mereka.

Pesan yang ingin disampaikan oleh IM3 melalui logonya kali ini dapat terpaparkan dengan sangat baik. Mulai dari bidang, warna, penggunakan tata bahasa, huruf, dan keterbacaan, semuanya sudah sesuai dengan apa yang mereka maksudkan. Mereka pun hanya menggunakan warna blok dan tanpa adanya sedikit pun gradasi, karena mereka sudah memperhitungkan sedemikian rupa bahwa gradasi hanya akan mempersulit saat akan memulai produksi. Sebab, bisa saja tarif yang tadinya ingin mereka berikan secara murah kepada pelanggannya terpaksa *kurang* murah karena biaya produksi yang lumayan besar. Seluruh aspek teknis penggunaan logo harus berdasarkan pada aspek yang harus dipertimbangkan dalam pembuatan logo, dan untuk logo ini sudah tidak ada masalah lagi. Kebanyakan hal itu disebabkan oleh kata "MU24H", yang dibaca dengan lafal "murah", yang menjadi sebuah ciri khas yang kuat.

Dari hasil analisa, dapat diketahui bahwa arti dari angka 24 pada logo MU24H bukan hanya berarti untuk 1 kategori saja, tetapi juga untuk semua kategori; SMS, telepon, harga kartu perdana, dan juga *online* yang murah. Hanya saja, kelihatannya tarif murah tersebut masih belum bisa dinikmati ke semua operator, hanya kepada operator tertentu saja yang masih merupakan 'anakan' dari Indosat. Semuanya itu sesuai dengan penjelasan yang diberikan kembali

dalam bidang berwarna kuning yang berada di sebelah kanan, yang terletak dibawah tulisan angka 24 dengan ukuran yang besar. Di sana menjelaskan bahwa tarif itu baru berlaku terhadap sesama pengguna IM3, StarOne, Mentari, dan Matrix. Sangat disayangkan memang, karena disebabkan oleh hal ini pulalah maka bidang berbentuk lingkaran yang sebelumnya jadi memiliki makna yang ‘tidak serius’ karena tidak akan jadi ‘tak terhingga’ kembali. Tapi, bisa dipastikan juga bahwa Indosat tentunya sudah mempertimbangkan hal ini, karena yang ‘tak terhingga’ pun bukan berarti ‘semuanya’.