BAB V
SIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Sebagai pelopor perusahaan jasa informasi dan telekomunikasi yang besar di Indonesia, PT. Telkom berusaha mempertahankan citra perusahaannya dengan melakukaan beberapa kali perubahan pada logo perusahaan tersebut.

2. Perubahan logo yang dilakukan oleh PT. Telkom di latarbelakangi berbagai faktor baik faktor dari dalam perusahaan maupun faktor dari luar, di antaranya adalah:
   a. Kemajuan Teknologi Telekomunikasi.
      Kemajuan teknologi telekomunikasi diakibatkan oleh hal-hal berikut:
      i. Masyarakat modern ternyata menuntut penyediaan fasilitas telekomunikasi yang sangat mutakhir.
      ii. Kemajuan di bidang teknologi elektronika serta metoda pembuatannya telah mampu menawarkan berbagai kemungkinan yang sangat menarik ditinjau dari segi ekonomi maupun penampilannya.
      iii. Masalah kelangkaan energi sehingga segala upaya perlu dilaksanakan untuk melestarikannya bagi kepentingan generasi-generasi yang akan datang.

   b. Perubahan bentuk perusahaan.
      PT. Telkom Indonesia Tbk sejak pertama kali dibentuk telah mengalami beberapa kali perubahan bentuk perusahaan, di antaranya:
      i. Perusahaan Negara pada tahun 1961 (PN Postel)
      ii. Perusahaan Umum pada tahun 1974 (Perumtel)

iii. Perusahaan Perseorangan pada tahun 1991 (PT. Telkom Indonesia)

iv. Perusahaan Terbuka pada tahun 2009 (PT. Telkom Indonesia Tbk)

c. Transformasi bisnis perusahaan.

Transformasi bisnis perusahaan didorong oleh beberapa hal:

i. Perubahan dari lifestyle, gaya hidup pelanggan.

ii. Perubahan dari sisi teknologi.

iii. Perubahan peta kompetisi.

iv. Telekomunikasi sendiri sudah menjadi komoditas biasa.

d. Era globalisasi di mana persiangan bisnis sangat pesat dan munculnya pesaing-pesaing baru.

3. Elemen-elemen pembentuk logo (tipografi, warna, dan bentuk) pada tiap-tiap logo Telkom mencerminkan citra brand Logo Telkom tersebut sesuai dengan masanya

   a. Tipografi

      i. Tipografi pada logo PN Postel mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi kondisi Indonesia pada masa kemerdekaan, di mana pemilihan jenis tipografi saat itu tidak terlalu memperhitungkan fungsi atau pun dasar-dasar pembentukan dari tipografi itu sendiri.

      ii. Tipografi pada logo Perumtel menggunakan jenis huruf yang sama namun sudah memiliki fungsi bagi logo tersebut.

      iii. Tipografi pada logo Telkom (1991-2009) mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi perkembangan telekomunikasi yang begitu cepat yang diwakili penggunaan *style italic* yang memberi kesan cepat.

      iv. Tipografi pada logo Telkom (2009-sekarang) mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi perubahan bisnis perusahaan.

b. Warna

i. Warna pada logo PN Postel mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi mesin cetak yang pada saat itu tidak secanggih sekarang di mana saat itu alat cetak pun belum dapat mencetak warna sebanyak saat ini.

ii. Warna pada logo Perumtel mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi mesin cetak cetak sudah mengalami perkembangan namun belum dapat mencetak warna sebanyak saat ini.

iii. Warna pada logo Telkom (1991-2009) mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi perkembangan jaman, yang pada saat itu disebut dengan era millennium. Penggunaan warna gradasi ini lah yang dipakai untuk mewakili citra perusahaan.

iv. Warna pada logo Telkom (2009-sekarang) mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi perubahan bisnis perusahaan yang merujuk kepada pendewasaan citra perusahaan itu sendiri. Penggunaan warna yang kembali menggunakan warna solid yang menjadi citra pada logo tersebut.

c. Bentuk

i. Bentuk pada logo PN Postel mencerminkan citra perusahaan sebagai perusahaan yang sah Negara Indonesia yang diwakili bentuk-bentuk logo yang mencerminkan Indonesia.

ii. Bentuk pada logo Perumtel mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi perkembangan telekomunikasi di Indonesia.

iii. Bentuk pada logo Telkom (1991-2009) mencerminkan percepatan di bidang teknologi khususnya bidang komunikasi yang begitu cepat.

iv. Bentuk pada logo Telkom (2009-sekarang) mencerminkan citra perusahaan yang dilatarbelakangi perubahan bisnis perusahaan yang merujuk kepada pendewasaan citra perusahaan itu sendiri. Penggunaan bentuk tangan yang solah-olah sedang meraih melambangkan perubahan bisnis pada Telkom itu sendiri..

4. Perubahan logo Telkom 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 jenis tipografi yang digunakan yaitu jenis tipografi *sans serif*, dan bentuk lingkaran pada logo Telkom.