BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Koperasi diperkenalkan oleh kaum pribumi yaitu Patih R.Aria Wiria Atmaja pada tahun 1896 yang juga mendirikan bank untuk pegawai negeri di Hindia Belanda. Pada saat itu monapoli ekonomi sedang dilakukan pemerintah Hindia Belanda, kaum pribumi pun melakukan perlawanan dengan cara membentuk koperasi. Membangun bersama-sama usaha ekonomi mandiri agar terlepas dari monapoli ekonomi penjajah Hindia Belanda.

Setelah Indonesia merdeka dari penjajahan, pada tanggal 12 Juli 1947, pergerakan koperasi di Indonesia mengadakan Kongres Koperasi yang pertama di Tasikmalaya. Membentuk Sentral Organisasi Koperasi Rakyat Indonesia (SOKRI). Di saat yang sama juga memperkenalkan sistem Identitas Koperasi Indonesia dengan logo sebagai identitas kesatuan koperasi di seluruh Indonesia.

Koperasi bergerak dibidang ekonomi dari usaha kecil dan menengah koperasi sampai koperasi besar yang dapat diukur dari sekala besaran keuntungan dan kesejahteraan anggotanya. Logo Koperasi Indonesia telah dikenal sejak zaman kemerdekaan. Pada visual logo yang terdahulu terdapat simbol gerigi roda, rantai, padi, kapas, timbangan, bintang dalam perisai, pohon beringin, dan juga tipografi Koperasi Indonesia, serta warna merah dan putih. Kini di tahun 2012 ini identitas perusahaan terdahulu digantikan menjadi identitas perusahaan baru. Selain logo baru ditambahkan juga slogan "lambang baru semangat baru". Maksud dari slogan yang digunakan ini untuk mewujudkan revitalisasi koperasi sebagai dasar ekonomi negara Indonesia.

Logo adalah salah satu bagian visual dari identitas perusahaan mempunyai tujuan komunikasi. Dengan demikian logo sebagai bagian dari identitas pada perusahaan bukanlah hanya sekedar visual semata tapi memiliki makna dan tujuan komunikasi. Suatu perusahaan juga bisa disebut koperasi bila perusahaan tersebut

menggunakan budaya koperasi. Budaya koperasi dalam perusahaan tetaplah sama-sama bertujuan untuk mensejahterakan anggotanya. Dalam Identitas perusahaan terdapat dua karakter. Yaitu karakter yang bisa dilihat dan tidak bisa dilihat. Logo adalah bagian visual dari identitas perusahaan yang bisa dilihat. Selain dilihat identitas perusahaanakan diperkenalkan. Untuk itulah dibutuhkan kontiuitas dalam media aplikasi Koperasi Indonesia yang terjaga konsisten. Kontiuitas pada media aplikasi diterapkan pada *layout*, warna, tipografi dan elemen visual. Ketika kontiuitas dijaga maka mengenal, mengerti selanjutnya akan teringat pergantian identitas perusahaan Koperasi Indonesia.

Penggunaan identitas perusahaan yang kontiu sudah diterapakan juga pada Logo Koperasi Indonesia yang terdahulu. Penggunaannya bisa dilihat pada *layout* papan nama dan media aplikasi logo. Koperasi Indonesia menjaga kontiuitas identitas perusahan dengan menempatkan Logo Koperasi Indonesia berdampingan dengan logo anggota koperasi. Jadi logo koperasi terdapat dua logo, yang satu Logo Koperasi Indonesia dan satu lagi logo kelompok koperasi Indonesia.

Pada tahun 2012 pemerintah selaku legulator Koperasi Indonesia ingin meningkatkan ekonomi nasional yang sedang dalam pertumbuhan yang baik diantara krisis global. Meningkatan visi & misi untuk memperkuat Koperasi Indonesia dalam mempersatukan tekad, semangat berdasarkan budaya perusahaan. Meningkatkan eksistensi koperasi serta kepercayaan terhadap koperasi indonesia, meningkatkan kinerja juga prestasi pengurus, pengelola dan anggota koperasi, untuk itulah perlu dilakukan perubahan Logo Koperasi Indonesia. Tujuan perubahan koperasi adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan cara meningkatkan kinerja efektif dan efisien pemangku kepentingan. Untuk itu revitalisasi ini dilakukan sebagai dasar memajukan ekonomi nasional yang siap bersaing di dalam zaman globalisasi. Untuk memfasilitasi perubahan tersebut, Menteri Koperasi Sjarifuddin Hasan yang memimpin Kementrian Koperasi dan UKM mengeluarkan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI Nomor 02/Per/M.KUKM/IV/2012 tanggal 17 April 2012 tentang Penggunaan Lambang Koperasi Indonesia; melalui surat Keputusan Dekopin Nomor

SKEP/14/DEKOPIN-A/III/2012 tanggal 30 Maret 2012 tentang Perubahan Lambang/Logo Gerakan Koperasi Indonesia. Pergantian identitas perusahaan ini menkomunikasikan 5 budaya perusahaan pada logonya dengan menambahkan 2 budaya perusahaan yang baru yaitu globalisasi dan modernisasi. Keterkaitan makna budaya perusahaan globalisasi dan modernisasi diwujudkan dalam simbol yang bisa dilihat pada elemen visual logo Koperasi Indonesia.

I.2 Identifikasi Masalah

Pergantian identitas perusahaan Koperasi Indonesia.

a. Menkomunikasikan kepada masyarakat untuk mengenal Logo Koperasi Indonesia yang baru dengan makna 5 budaya perusahaan pada logonya melalui elemen visual.
b. Adanya kesesuaian simbol antara makna elemen visual dengan budaya perusahaan logo Koperasi Indonesia tahun 2012.

I.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah sebelumnya maka didapatkan perumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana kesesuaian simbol antara makna elemen-elemen visual, makna logo juga simbol budaya perusahaan Koperasi Indonesia.

I.4 Pembatasan Masalah

Penelitian difokuskan pada visual logo Koperasi Indonesia tahun 2012 dan budaya perusahaan Koperasi Indonesia. Visual logo yang akan di bahas adalah elemen visual berupa garis, bentuk, warna dan tipografi. Pada penelitian ini budaya perusahaan yang akan dibahas adalah globalisasi dan modernisasi.

I.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian tentang Logo Koperasi Indonesia yang menggunakan metode kualitatif dan analisis deskriptif. Metode kualitatif adalah metode yang dipergunakan untuk memecahkan masalah aktual dengan mengumpulkan data, menyusun dan mengklasifikasikan, menganalisis dan menginterpretasikannya sesuai analisis deskriptif (Surakhad, 1985, h.139).

a. Studi Literatur

Menggunakan berbagai literatur, yang teorinya menyangkut masalah yang sedang diteliti. Teori logo dan elemen – elemen visual dari para pakar di bidang masing-masing.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada Kantor Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Barat bagian Hubungan Masyarakat Bapak, Asep Sudarman. SE. Pada tanggal 15 agustus 2013, yang bertempat di Jl.Soekarno Hatta 705. Bandung, Jawa Barat.

c. Observasi

Mengunjungi kantor dinas Koperasi Indonesia & UKM provinsi Jawa Barat dengan melihat penggunaan logo, melakukan pengamatan dan pencatatan fenomena-fenomena yang diselidiki secara sistematik.

I.6 Tujuan Penelitian

Menganalisa logo baru Koperasi Indonesia dengan hubungan budaya perusahaan juga visi, misi didalamnya apakah ada keterkaitan melalui elemen-elemen visual yang digunakan dalam logo baru Koperasi Indonesia.

1.7 Manfaat Penelitian

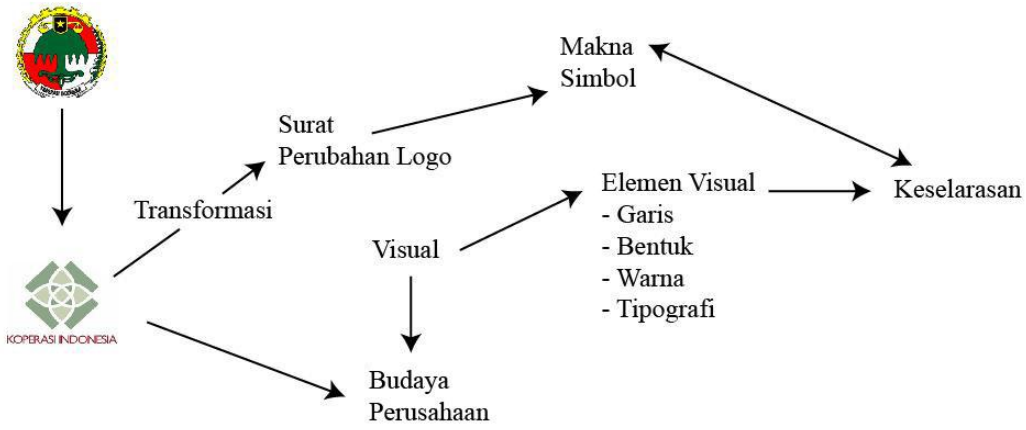
Manfaat Peneliti:

Memahami lebih detail tentang keterkaitan elemen-elemen visual yang terdapat di logo baru Koperasi Indonesia tahun 2012 dengan budaya perusahaannya.

Manfaat Publik:

Menambah referensi kepustakaan dan pengetahuan tentang perubahan identitas perusahaan. Juga dapat dijadikan masukan bagi perusahaan apakah dari perubahan identitas perusahaan yang telah dilakukan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.

1.8 Kerangka Berfikir



Gambar I.1 Kerangka berfikir

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan akan menguraikan latar belakang masalah juga perumusan masalah. Bagaimana kesesuaian simbol logo Koperasi Indonesia di antara makna elemen-elemen visual dengan makna budaya perusahaan adalah latar belakang masalah penelitian. Lalu pembatasan masalah penelitian difokuskan kepada makna elemen visual berupa garis, bentuk, warna dan tipografi. Sementara makna budaya perusahaan difokuskan pada modernisasi dan globalisasi.

BAB II IDENTITAS PERUSAHAAN DAN ELEMEN VISUAL

Bab ini menguraikan tinjauan umum dari Koperasi Indonesia juga teori yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teori-teori identitas perusahaan, logo, elemen-elemen visual, budaya perusahaan dan semiotika.

BAB III KOPERASI INDONESIA

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum Koperasi Indonesia yang dimulai dari pengertian koperasi, perkembangan Sejarah Kementerian Koperasi dan UKM, visi, misi, tujuan, tugas, fungsi, budaya perusahaan dan logo baru Koperasi Indonesia beserta makna simbolnya.

BAB IV TINJAUAN ELEMEN VISUAL LOGO KOPERASI INDONESIA

Bab ini akan menguraikan tinjauan penelitian elemen visual dan makna simbol logo Koperasi Indonesia dengan menggunakan analisa logo dan teori identitas perusahaan. Melalui data primer dan sekuder.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian tinjauan elemen visual dalam Logo Baru Koperasi Indonesia 2012 yang telah dilakukan. Berisi kesimpulandan saran.