

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

##### 1. Kuesioner *Logo Test*

###### 1.1. Kuisisioner logo lama Indosat

Dari aspek original dan *distinctive*, logo lama Indosat ini cukup original dan memiliki daya beda yang cukup tinggi pada bentuk simbol bintangnya, walaupun memiliki kemiripan dengan beberapa logo provider lainnya dari segi warna dan struktur tata letak pada logo tersebut.

Dari aspek simpel dalam arti mudah ditangkap atau dimengerti dalam waktu singkat, logo lama terbilang cukup simpel, penggunaan simbol yang sejajar atau segaris dengan tulisan membuatnya lebih simpel dan lebih mudah dimengerti daripada logo barunya.

Logo lama cukup *legible* namun uliran bentuk simbol pada logo akan sedikit sulit dicermati pada ukuran logo yang lebih kecil. Namun logo lama tersebut kurang *memorable* karena desainnya yang simpel dan sederhana, kurang menarik, kaku dan lebih seragam dengan beberapa provider lainnya.

Logo lama cukup mencerminkan jenis usahanya dengan adanya nama terang dan pemilihan warna merah, kuning, dan

biru yang didominasi. Warna-warna tersebut memang umum digunakan oleh perusahaan yang bergerak dibidang usaha tersebut. Namun demikian, logo lama lebih mudah diaplikasikan ke dalam berbagai media karena desainnya yang simpel dan sederhana dan tidak menggunakan desain yang menumpuk seperti yang terdapat pada logo barunya.

## **1.2. Kuisisioner Logo Baru Indosat Ooredoo**

Dari aspek original dan *distinctive*, logo baru lebih original dan memiliki daya beda yang lebih tinggi dibandingkan dengan logo lama. Dari aspek simpel dalam arti mudah ditangkap atau dimengerti dalam waktu singkat, logo baru ini lebih simpel karena ilustrasi logo yang sangat gamblang, yang sama dengan nama perusahaan.

Logo baru ini juga *legible* dan *memorable* karena desainnya yang simpel, sederhana dan langsung dapat diasosiasikan dengan nama perusahaan, selain itu logo baru terlihat lebih bebas dan dinamis dibandingkan dengan logo lama.

Logo baru cukup jelas mencerminkan jenis usaha perusahaan, karena memiliki visual yang sama dengan nama perusahaannya, dimana jika melihat visual logo baru ini maka *audience* akan mengingat PT. Indosat

## **2.1. Kontinuitas Logo Baru**

Untuk kontinuitas logo baru, penerapan logo baru pada berbagai media yang ada telah diterapkan secara konsisten. Sehingga langkah yang diambil perusahaan untuk melakukan perubahan logo sudah tepat, logo lama hanya perlu dimodifikasi atau direvisi. Logo lama yang memberikan kesan tidak bebas, kaku, terkurung, kurang menarik, abstrak, tidak mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu singkat serta tidak mencerminkan jenis usaha perusahaan diganti dengan logo baru yang lebih menarik, terkesan lebih bebas, lebih mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu singkat karena dapat langsung diasosiasikan dengan nama perusahaan dimana bentuk kelinci tetap ditampilkan, dan penggunaan warna kuning tetap dipertahankan. Serta profesionalisme perusahaan tercermin dari usaha perusahaan mempertahankan konsistensi logo barunya pada berbagai media.

Untuk kontinuitas logo baru, penerapan logo baru pada beberapa media telah konsisten dan hal ini tentunya telah mencerminkan serta meningkatkan profesionalisme perusahaan dimata *audience* dan memberikan dampak positif kepada perusahaan.

## **2.2. Kontinuitas Logo Lama**

Penerapan logo lama pada beberapa media yang ada masih belum konsinsten dimana logo dicetak tidak bewarna sehingga

agak sulit dikenali, hal tersebut dapat menimbulkan persepsi bahwa perusahaan kurang profesional dalam menjaga konsistensi logonya yang tentunya dapat menimbulkan dampak negatif terhadap perusahaan. Sehingga perlu dilakukan perubahan logo dimana logo lama hanya perlu dimodifikasi atau direvisi, dan langkah yang diambil perusahaan dalam melakukan perubahan logo sudah tepat.

## **2. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari kuisisioner *logo test* dan kontinuitas logo, maka perubahan logo Indosat Ooredoo berpengaruh besar terhadap persepsi *target audience* yaitu dengan meningkatnya estetika logo dan profesionalisme perusahaan, terlihat dari aspek original dan *distinctive* logo baru yang dipersepsikan *audience* memiliki originalitas yang lebih tinggi dan daya beda yang lebih jelas dibandingkan dengan logo lama yang memiliki kemiripan dengan logo provider lainnya.

Dari aspek legibilitas (tingkat keterbacaan) baik logo lama maupun logo baru memiliki legibility yang tinggi dan mudah diaplikasikan ke dalam berbagai media karena desain logo yang simpel, sederhana, tidak mengandung elemen yang rumit.

Dari aspek *memorable*, logo baru lebih mudah diingat dibandingkan logo lama karena memiliki visual yang sama dengan nama perusahaan, walaupun kedua logo ini memiliki desain yang

simpel, sederhana, akan tetapi logo lama terlihat kaku, tidak bebas, seakan terkurung dengan bentuk persegi dibandingkan dengan logo baru yang terlihat lebih bebas dan dinamis.

Logo baru tampil dengan tetap mempertahankan beberapa elemen logo lama seperti, penggunaan warna, dan tipografi yang sama tetap digunakan. Logo baru terlihat lebih original, lebih mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu singkat, dan mencerminkan jenis usaha perusahaan dengan jelas.

Dilihat dari aspek original dan *distinctive*, keunikan dan kekhasan (originalitas yang tinggi), serta daya beda yang lebih jelas, jika dibandingkan dengan logo lamanya, yang dipersepsikan *audience* memiliki kemiripan dengan logo provider lainnya.

Dari aspek legibilitas (tingkat keterbacaan), dan kemudahan aplikasi logo pada berbagai media grafis, baik logo lama maupun logo baru sama-sama memiliki legibility yang tinggi serta mudah diaplikasikan ke dalam berbagai media karena kedua logo memiliki desain yang simpel, sederhana, tidak mengandung elemen desain yang rumit.

Dari aspek *memorable*, logo baru lebih mudah diingat dibandingkan logo lama karena visual logo baru yang dapat langsung diasosiasikan dengan nama perusahaan.

Untuk Kontinuitas logo, penerapan logo baru dalam berbagai media lebih konsisten dibandingkan dengan logo lama. Sehingga dari hasil *logo test* dan kontinuitas logo, maka perubahan logo telah tepat dilakukan oleh perusahaan dimana logo lama hanya perlu dimodifikasi atau direvisi, ilustrasi kelinci yang ada pada logo lama digambarkan lebih jelas pada logo baru sehingga tidak menimbulkan berbagai interpretasi, selain itu tipografi dan penggunaan warna merah tetap dipertahankan.