

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan,

Kesimpulan yang diambil oleh peneliti dari hasil analisis data berdasarkan fakta-fakta yang terdapat di lapangan dalam upaya Garuda Indonesia mengkomunikasikan perubahan logo untuk menumbuhkan *brand image*, yakni peneliti menemukan tiga factor utama yang bermain dalam mengkomunikasikan *brand image* melalui logo, yakni pendekatan secara simbolis, prestis (gengsi), dan gaya kepada konsumen. Pendekatan secara simbolis di sini yakni, banyak iklan maupun atribut lain yang digunakan oleh Garuda hanya dengan logo berupa sayap burung Garuda tanpa menampilkan nama merek “Garuda Indonesia”, terlihat jelas bahwa Garuda ingin menunjukkan eksistensinya selama 60 tahun sudah mampu melakukan edukasi penempatan posisi di benak konsumen hanya dengan menampilkan logo (gambar). Setelah melakukan pendekatan secara simbolis melalui logo, Garuda tetap mempertahankan posisinya sebagai maskapai yang sangat memperhatikan prestis (gengsi) terbukti dari iklan-iklan yang digarap oleh Garuda, baik melalui bahasa iklan, pemilihan media, serta muatan informasi, dan dengan dipertahkannya nilai prestis tersebut akan berdampak pada citra logo, dengan kata lain, siapa pun yang menggunakan baik jasa maupun atribut (logo) Garuda akan memiliki kebanggaan tersendiri. Faktor terakhir yakni gaya, seperti halnya mode pakaian demikian pula logo, setiap periode tertentu juga berubah, namun hal ini juga diperkuat oleh kepentingan bisnis konsultan

logo. Logo baru garuda menggunakan konsep yang lebih abstrak dan diwakilkan oleh bentuk-bentuk simbolis. Bentuk logo baru ada kecenderungan lebih melebar dan kaya akan warna. Dengan adanya logo baru ini, garuda tetap harus konstan untuk terus mensosialisasikan logo baru secara tetap dan berkesinambungan untuk mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru.

B. Saran

Mempelajari dari bab-bab sebelumnya serta uraian pada kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan untuk perusahaan GA atas usaha yang telah dilakukan yakni:

1. Kendati telah perubahan terhadap citra perusahaan yang berimbas pada perubahan gambar logo Garuda, kiranya GA memperhatikan sekaligus menghimbau beberapa cabang perusahaan atau perusahaan yang bekerja sama dengan GA, untuk mengganti logo lama dengan logo baru karena peneliti melakukan observasi di beberapa titik yang ada di Yogyakarta salah satunya yakni kantor cabang Garuda Indonesia masih menggunakan logo lama.
2. Penggunaan gambar lambang negara yaitu burung Garuda sekaligus nama Garuda, banyak digunakan oleh berbagai macam instansi dan ormas, sehingga kurang dapat menunjukkan diferensiasi yang kuat pada nama merek perusahaan.