

PERSEPSI *STAKEHOLDER* TERHADAP CITRA LOGO PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI

(Studi Kasus : Logo Telkom Indonesia “*The world in your hand*”,
Logo Indosat “*The future is here*”, Logo INTI “*Trusted Partner*”)

Fanhas Atsar - 27109007

ABSTRAK

Logo Telkom Indonesia “*The world in your hand*”, Indosat “*The future is here*” dan INTI “*Trusted partner*” adalah visualisasi identitas perusahaan yang baru dari ke tiga perusahaan telekomunikasi. Elemen-elemen visual ke tiga logo perusahaan telekomunikasi dirancang sedemikian rupa untuk mengekspresikan, memvisualisasikan dan mengkomunikasikan visi misi, nilai-nilai perusahaan, filosofi, standar dan tujuan perusahaan. Terdapat asumsi dari *stakeholder*, bahwa logo Telkom Indonesia kekanak-kanakan dan menyerupai kepala hewan. Logo Indosat dianggap modern dan seperti menggunakan tanda atau simbol peralatan canggih. Dan INTI dianggap *stakeholder* seperti hewan dan bentuk orang.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu dengan menguraikan fakta-fakta data hasil survey kuesioner mengenai respon *stakeholder* terhadap konsep dan makna elemen-elemen visual ke tiga logo perusahaan telekomunikasi dengan menggunakan teori Persepsi dan teori Persepsi Visual, sehingga dihasilkan sebuah kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian.

Temuan penelitian ini adalah citra logo ke tiga perusahaan telekomunikasi di mata dan benak *stakeholder*. Citra Telkom Indonesia di mata dan benak *stakeholder* adalah bentuk logo lebih terlihat seperti kepala ayam dan posisi tangan yang tidak menggenggam dunia. Sehingga visi misi, nilai dan filosofi yang dimiliki Telkom Indonesia tidak dapat terwakili dan tersampaikan kepada *stakeholder*.

Citra Indosat di mata dan benak *stakeholder* adalah Indosat terlihat seperti orbit satelit, yang dimaknai teknologi tinggi, *futuristic*, moderen dan dinamis. Sehingga visi misi dan nilai filosofis perusahaan dapat terwakili dan tersampaikan dengan baik kepada *stakeholder*. Sedangkan citra INTI di mata dan benak *stakeholder* adalah sulit untuk dikenali sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, karena bentuk logo INTI lebih terlihat seperti orang duduk dari pada kurva perubahan perusahaan kearah yang lebih baik.

Kata kunci: *Logo, Persepsi, Citra perusahaan*

