

MAKNA LOGO SEBAGAI CERMINAN CITRA PERUSAHAAN (STUDI DESKRIPTIF PADA LOGO CIREBON TELEVISI)

Heriyani Agustina/Farida Nurfalih/Popo Sutopo
(Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon)

Abstrack

Logo merupakan suatu bentuk komunikasi perusahaan untuk mencerminkan citra perusahaan yang hendak dikomunikasikan kepada publiknya. Tujuan dari penelitian adalah: (1) Bagaimana elemen-elemen pembentuk logo Cirebon Televisi dalam mencerminkan citra perusahaan. (2). Mengetahui apa makna dari logo PT. Pelangi Raya Televisi Sebagai Cerminan Citra Perusahaan dalam rangka membentuk dan membangun citra Cirebon Televisi. (3.) Mengetahui bagaimana pemahaman masyarakat mengenai citra perusahaan Cirebon Televisi dilihat melalui logonya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian adalah : 1. Elemen-elemen pembentuk logo (simbol, bentuk, warna dan tipografi) mencerminkan citranya dengan kekhasan simbol mega mendung dan topeng kelana yang melekat pada masyarakat sebagai bagian dari seni dan budaya Cirebon. 2. Makna logo PT. Pelangi Raya Televisi merupakan cerminan dari nilai-nilai strategis perusahaan yang ingin ditampilkan kepada masyarakat dan dimaknai masyarakat bahwa Cirebon Televisi merupakan Cerminan Media Budaya Daerah Cirebon yang mempunyai konten informasi dan hiburan daerah Cirebon. 3. Keberadaan logo Cirebon Televisi sebagai identitas perusahaan PT. Pelangi Raya Televisi mampu mewakili nilai-nilai strategis perusahaannya serta dapat menjadi instrument komunikasi perusahaan dalam membentuk dan membangun citra perusahaan.

Kata Kunci : Logo, Citra, Perusahaan

1. Pendahuluan

Sejak zaman pra-sejarah manusia telah menggunakan simbol visual sebagai bentuk komunikasi. Lukisan-lukisan (*pictorial*) yang berada di dinding-dinding gua tempat mereka tinggal menandakan suatu bentuk komunikasi yang hendak disampaikan manusia pada zaman tersebut, untuk menceritakan apa yang mereka alami dan dikerjakan sehari-hari.

Kemampuan manusia dalam menggunakan simbol membuktikan bahwa manusia memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi. Menurut *Langer* menyebutkan bahwa “salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang”. Kemampuan manusia dalam menggunakan simbol, menurut *Wieman* dan *Walter* merupakan salah satu sifat dasar dari mahluk manusia.

Saat ini peranan simbol visual sebagai bentuk komunikasi sangatlah penting mengingat keberadaannya sangat tak terbatas dalam kehidupan kita sehari-hari. Logo merupakan bagian dari identitas perusahaan yang dirancang terutama sebagai simbol pembeda untuk dikenali di antara perusahaan-perusahaan lainnya, sebagai bentuk komunikasi yang mencerminkan nilai-nilai ideal suatu perusahaan yang sengaja dibentuk, dan memainkan peran yang sangat penting dalam benak konsumen, khususnya peran dalam menciptakan persepsi yang kuat tentang merek atau perusahaan, serta mempunyai arti penting karena dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tersebut (Anggoro, 2001 : 280).

Selain itu keberadaan logo dalam sebuah perusahaan juga dapat menanggung beban yang cukup berat, karena logo merupakan perwakilan atau wajah dari suatu perusahaan untuk mendapatkan efek yang positif terhadap citra perusahaan secara keseluruhan. Untuk itu dalam menentukan atau merancang sebuah logo memerlukan adanya suatu perencanaan yang baik, karena salah satu identitas perusahaan seperti logo dapat melakukan transformasi citra yang menakjubkan dan mempengaruhi cara pandang keseluruhan khalayak mengenai perusahaan.

Logo yang telah memenuhi persyaratan untuk penampilan fisik saja tidak cukup, melainkan sebuah logo haruslah memiliki makna dan tujuan yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu, sebagus apapun sebuah logo, jika tidak dapat menunjukkan karakter lembaga yang diwakilinya, maka hal tersebut tidak lebih dari simbol-simbol tanpa arti.

PT. Pelangi Raya Cirebon Televisi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyiaran. Melalui identitas dari perusahaannya yang berupa logo, Cirebon Televisi berupaya

mencerminkan dan mengkomunikasikan citra dari perusahaan sebagai wujud keberadaan Stasiun Cirebon Televisi di sekitar pemirsanya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi yaitu dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010 : 6).

Penelitian deskriptif digunakan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu. Melalui kerangka konseptual, periset melakukan eksplorasi yang menggambarkan realita yang sedang terjadi. (Kriyantono, 2002 : 69). Jenis data dalam penelitian menggunakan data primer dan data sekunder, sedangkan teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposif* dan tehknik pemeriksaan keabsahan data dengan tehknik triangulasi serta analisa data menggunakan teknik analisa taksonomi untuk memperoleh gambaran utuh dengan tujuan eksplorasi.

3. Tinjauan Pustaka

3.1. Logo

Logo merupakan sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan. Logo merupakan bentuk ekspresi dan bentuk visual dari konsepsi perusahaan, produk, organisasi, maupun institusi serta merupakan simbol visual yang memiliki bentuk yang berasal dari nilai strategis perusahaan yang bersangkutan. Pengertian logo menurut Jefkins, (1995:367) logo ialah ;

“Logo adalah presentasi, sosok atau penampilan visual yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan”. Sebagai bagian identitas perusahaan, logo ibarat bagian tubuh yang mampu mengutarakan isi

hati produk atau perusahaan. Dari sisi pemasaran, logo mempunyai fungsi pembeda produk dengan produk lainnya. Menurut pakar *corporate identity* David E. Carter dalam buku "*Pengantar Desain Komunikasi Visual*" (Kusrianto, 2007) setidaknya logo perusahaan harus memiliki karakter tertentu, menyangkut ; *Original* dan *Distinctive*, *Legible*, *Simple*, *Memorable*, *Easily associated with the company*, dan *Easily adaptable for all graphic media* yang mudah di aplikasikan ke berbagai media, untuk menghindari kesulitan dalam penerapan.

Pada dasarnya logo, jika dikategorikan berdasarkan unsur pembentuknya terdiri dari:

1. *Logotype*

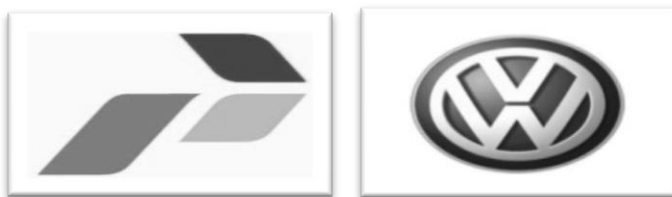
Yaitu logo yang dibentuk hanya oleh huruf dan variasinya, sedangkan gambar hanya digunakan sebagai pelengkap saja. Berikut contoh jenis logo *Teks Base* :



Gambar 2.1
Contoh *Logotype*

2. *Logogram*

Tipe logo *Logogram* sering juga diklasifikasikan *iconic* logo dan *illustratif* logo. Tipe logo seperti ini menjadikan sebuah gambar bentuk/desain utama dari logo tersebut. Berikut contoh jenis logo Tipe logo *Logogram*:



Gambar 2.2
Contoh *Logogram*

3. Gabungan antara *Logotype & Logogram*

Yaitu sebuah logo yang dibentuk dengan penggabungan antara jenis *Logotype & Logogram*. Berikut contoh jenis logo gabungan *Logotype & Logogram*:



Gambar 2.3
Contoh Gabungan Logotype & Logogram

Elemen-elemen dalam komunikasi visual suatu logo, antara lain bentuk, warna dan tipografi.

1. Bentuk, digunakan di dalam komunikasi visual, mampu merepresentasikan suatu karakter atau sifat dari suatu objek atau perusahaan untuk melambangkan arah, tujuan atau harapan.
2. Warna, dapat merepresentasikan, melambangkan, menggambarkan suatu objek, kejadian, dan perilaku manusia.
3. Tipografi, Jenis huruf yang digunakan dalam komunikasi visual suatu logo untuk melambangkan keyakinan, optimis, handal, kekuatan, dan lain sebagainya.

Dengan demikian logo yang telah memenuhi persyaratan untuk penampilan fisik saja tidak cukup, karena logo bukanlah hanya menyangkut penampilan visual saja, melainkan sebuah logo haruslah memiliki makna dan tujuan yang terkandung didalamnya.

3.3. Identitas Perusahaan

Identitas perusahaan merupakan suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari image suatu perusahaan yang diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang berkenaan dengan perusahaan yang bersangkutan secara fisik. Desain ini memiliki desain sedemikian rupa sehingga dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tertentu (Anggoro, 2001:280).

Identitas perusahaan juga merupakan suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan lainnya, memiliki elemen utama yang meliputi warna atau bentuk bangunan, atribut, slogan, sampai dengan seragam yang semuanya merupakan pengaplikasian dari logo perusahaannya. Sebagai bentuk visual, Identitas perusahaan menampilkan simbol yang mencerminkan citra atau *image* yang hendak disampaikan suatu perusahaan, yang dapat diciptakan dan dibentuk untuk mempengaruhi citra perusahaan tersebut.

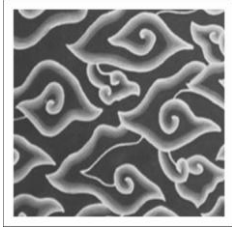
4. PEMBAHASAN

4.1. Elemen-elemen Logo Cirebon Televisi dalam Mencerminkan Citra Perusahaannya.

Elemen-elemen pembentuk logo seperti simbol, bentuk, warna dan tipografi yang digunakan dalam pembentukan logo Cirebon Televisi membentuk sosok tertentu sehingga mengundang penafsiran masyarakat (*audience*) mengenai citra dari perusahaan. Logo Cirebon Televisi dibentuk melalui simbol-simbol yang menjadi kekhasan dan ciri dari Kota Cirebon. Terlihat elemen simbol “megamendung” yang menganalogikan huruf C dan elemen simbol “Topeng Kelana” yang menganalogikan huruf Q, yang secara keseluruhan membentuk identitas dari logo perusahaan PT. Pelangi Raya Cirebon Televisi.

Simbol Megamendung

Megamendung merupakan suatu wujud nilai seni yang menjadi ciri khas dari kota Cirebon yang berasal dari akulturasi dengan budaya Cina yang kemudian dikembangkan Seniman Batik Cirebon sesuai cita rasa masyarakat Cirebon. Sebagai suatu karya seni, megamendung identik dan bahkan menjadi ikon Cirebon yang tidak dimiliki daerah lain.



Gambar 4.4

Motif Batik Megamendung



Gambar 4.5

Megamendung Cirebon TV

Megamendung yang direpresentasikan untuk mewakili huruf **C** pada Logo Cirebon Televisi sebagai cerminan citra Cirebon Televisi yang ditampilkan dan dikomunikasikan bahwa Stasiun Cirebon Televisi merupakan cermin dari media budaya Daerah Cirebon.

a. **Simbol Topeng Kelana**

Sebagaimana diungkapkan Informan Internal I, pemilihan simbol Topeng Kelana didasarkan atas karakteristik dari topeng tersebut yang mempunyai sifat tegas, gagah kelaki-lakian dan hal ini sesuai dengan misi Cirebon Televisi “Melalui Informasi Yang Cepat Dan Akurat Tanpa Rekayasa Untuk Membaca Prospek Masa Depan Bangsa”.



Gambar 4.6

Topeng Kelana

Pernyataan ini juga diperkuat oleh pernyataan Informan Eksternal II dalam wawancara : “bahwa karakteristik dari Topeng Kelana yang merupakan salah satu tarian yang memiliki ritme keras, gagah dan cepat”. Pemilihan megamendung memiliki kesan yang sengaja dibentuk pihak perusahaan untuk mencerminkan bahwa

Stasiun Cirebon Televisi ini merupakan “Cermin Media Budaya Daerah Cirebon” dengan adanya elemen “megamendung” dan “topeng kelana” dengan segala kekhasannya yang tidak dimiliki oleh daerah lain, sehingga ketika orang melihat logo Cirebon Televisi, mereka dapat mempersepsikan bahwa “Cirebon Televisi adalah stasiun televisi yang mempunyai muatan seni dan budaya Daerah Cirebon dan milik orang Cirebon”.

4.2. Makna Logo Cirebon Televisi Cerminan Citra Perusahaan

Logo merupakan bentuk komunikasi perusahaan sebagai upaya membangun citra perusahaan yang dirancang secara khusus sebagai ke-khas-an dari identitas perusahaan dan cermin nilai-nilai perusahaan seperti: nama, bidang yang dikelola, karakter, visi, misi, filosofi perusahaan dan budaya perusahaan, melalui elemen-elemen berupa bentuk, warna, dan tipografi yang digunakan. Pernyataan ini didukung oleh pernyataan Informan Internal II, yang menyatakan bahwa: “Elemen yang terdapat dalam logo perusahaan Cirebon Televisi dirancang berdasarkan pertimbangan tertentu agar logo tersebut terlihat ekspresif, informatif dan komunikatif yang sesuai dengan karakter, visi, misi serta budaya perusahaan”.

Menurut pakar *corporate identity* David E. Carter dalam buku “*Pengantar Desain Komunikasi Visual*” (Kusrianto, 2007) setidaknya sebuah logo perusahaan memiliki karakter-karakter tertentu:

1. *Original* dan *Destinctive*

Logo Cirebon Televisi memiliki kekhasan atau keunikan dan daya pembeda yang cukup kuat, terlihat dengan visualisasi pada huruf C dan Q yang dimanipulasikan melalui simbol pada huruf C yaitu megamendung dan pada huruf Q yaitu topeng kelana.

2. *Legible*

Dari hasil observasi, kajian teori serta dari dokumentasi yang ada, dapat diketahui bahwa masih terbatasnya tingkat keterbacaan dan pengaplikasian logo Cirebon Televisi ke berbagai media massa lainnya karena kebijakan perusahaan.

2. *Simple* atau Sederhana

Llogo Cirebon Televisi mempunyai karakter yang cukup rumit, akan tetapi logo Cirebon Televisi memiliki makna yang kuat.

3. *Memorable*

Logo Cirebon Televisi sangat mudah di ingat, terlihat elemen simbol yang digunakan pada huruf C yaitu melalui visualisasi megamendung dan huruf O melalui visualisasi topeng kelana yang sangat melekat pada masyarakat wilayah Cirebon.

4. *Easily associated with the company*

Karakter logo Cirebon Televisi, dilihat melalui simbol-simbol yang digunakan dalam tipografi pembentukan logo, merupakan logo yang mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra dari perusahaan Cirebon Televisi.

5. *Easily adaptable for all graphic media.*

Penciptaan logo yang memenuhi persyaratan untuk penampilan visual saja tidak cukup, karena logo bukanlah hanya menyangkut penampilan visual saja, melainkan sebuah logo haruslah memiliki makna dan tujuan yang terkandung didalamnya sehingga masyarakat dapat mempresepsikan 'apa' keberadaan perusahaan tersebut melalui logo perusahaannya.



Gambar 4.1
Logo Cirebon Televisi

Logo merupakan wajah atau perwakilan dari suatu perusahaan. Untuk itu logo harus mampu menciptakan ketertarikan dan membentuk sosok tertentu terhadap orang yang melihatnya untuk merespon, mengenali, memahami dan mengetahui apa dan bagaimana perusahaan tersebut.

Tipe Logo Cirebon Televisi

Dorongan terhadap penciptaan pemenuhan media lokal dan kebutuhan informasi karena terbatasnya porsi informasi lokal yang telah disajikan oleh stasiun televisi nasional menggerakkan keberadaan PT. Pelangi Raya Televisi membentuk media stasiun televisi Cirebon yaitu Cirebon Televisi. Dedikasi PT. Pelangi Raya Televisi terlihat melalui Logo perusahaan yang dibentuk melalui nama kota dimana tempat Cirebon Televisi berdiri sebagai Stasiun Televisi Lokal Pertama di Cirebon, dirancang sedemikian rupa dengan disertai variasi simbol-simbol kebudayaan yang melekat dalam elemen-elemen pembentuk logonya untuk menegaskan dan mencitrakan keberadaan Stasiun Cirebon Televisi.

Unsur seni dan budaya yang khas dari kota Cirebon tersebut terlihat dengan dipilihnya simbol megamendung yang direpresentasikan menyerupai huruf C dan simbol Topeng Kelana yang direpresentasikan menyerupai huruf O, sehingga kesan yang dicerminkan lebih mudah dipahami dan diingat seseorang yang melihat dan mempresepsikan logo tersebut, "Inilah Stasiun Televisi Cirebon yaitu Cirebon Televisi". Pada intinya tipe logo Cirebon Televisi mengisyaratkan visi, misi Cirebon Televisi sebagai Stasiun Televisi Cerminan Budaya Daerah Cirebon yang fokus pada informasi dan hiburan daerah Cirebon.

Bentuk Logo Cirebon Televisi

Bentuk logonya yang abstrak, Cirebon Televisi menampilkan sebuah kekhasan dari identitas suatu perusahaan sebagai ciri pembeda diantara perusahaan lainnya serta memiliki kekuatan makna dan daya tarik yang kuat untuk di ingat dan dipersepsikan bahwa Cirebon Televisi merupakan Media Stasiun Televisi Lokal Cirebon yang menyajikan informasi dan hiburan daerah Cirebon".

Warna Logo Cirebon Televisi

Logo Cirebon Televisi terdiri dari tiga warna yaitu warna biru, warna hijau, dan warna putih. Warna biru pada huruf **C** yang divisualisasikan dengan simbol megamendung dan pada huruf **TV**. Warna hijau terdapat pada huruf **I, R, E, N**, warna merah terdapat

pada huruf Q yang divisualisasikan dengan simbol Topeng Kelana serta warna putih yang terdapat pada garis huruf C, I, R, E, B, N, TV.

Warna memegang peranan penting mempertegas dan memperkuat kesan dan pesan dari logo serta berfungsi memperkuat aspek identitas suatu perusahaan. Menurut pakar tentang warna Holzschlag, dalam tulisannya "Creating Colour Scheme". Warna yang terkandung dalam logo Cirebon Televisi memberikan respon secara psikologis dan memberikan kesan pada pengamatnya :



Gambar 4.2
Elemen Warna Logo Cirebon TV

- a. Biru : Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi
- b. Hijau : Alami, kesehatan, pandangan yang enak dan Pembaharuan
- c. Putih : Kemurnian atau suci, bersih, kecermatan.

Dengan demikian, logo Cirebon Televisi mencerminkan dirinya sebagai teknologi dari media televisi yang mampu memberikan rasa keamanan, konservatif, alami, kemurnian, bersih dan agresifitas melalui informasi yang cepat dan akurat tanpa rekayasa dalam menyajikan tontonan kepada pemirsa televisi. Kesan dan karakter kekuatan, bertenaga, pembaharuan dan kecermatan Cirebon Televisi dalam "Membangun Wawasan Pemirsa Melalui Informasi Daerah Cirebon Menuju Masyarakat Madani Yang Sejahtera" serta "mampu menjembatani masyarakat dalam membaca prospek masa depan bangsa kearah modernisasi dalam dunia telekomunikasi maupun ilmu pengetahuan".

Tipografi Pada Logo Cirebon Televisi

Tipografi yang digunakan dalam pembentukan logo Cirebon Televisi menggunakan jenis "Sherif" yaitu dengan menggunakan

huruf “*Goedy Old Style*”. Ciri dari huruf ini adalah memiliki sirip/kaki/sarif yang berbentuk lancip pada ujungnya.

Tipografi logo Cirebon Televisi tersusun dari dua *Style* Huruf yaitu *uppercase* dan *lowercase*, yang keduanya memberikan makna klasik, keyakinan, keoptimisan dan ketegasan.



Gambar 4.3

Melalui tipografi yang digunakan dalam pembentukan logonya. Cirebon Televisi mencerminkan dirinya sebagai stasiun televisi yang mempunyai karakter keras dan penuh keyakinan untuk membangun wawasan pemirsa mengenai Daerah Cirebon. Melalui jenis tipografi Cirebon Televisi, mencitrakan kesan klasik yang sesuai dengan konten dari stasiun televisi yang sarat dengan nuansa seni dan budaya kota Cirebon, sehingga kesan yang ditimbulkan dari tipografi pada elemen logo Cirebon Televisi memiliki kesan klasik, keyakinan, keoptimisan Cirebon Televisi untuk Membangun Wawasan Pemirsa Melalui Informasi Daerah Cirebon Menuju Masyarakat Madani Yang Sejahtera, serta Cirebon Televisi mampu menjadi media televisi yang menjadi cermin Budaya Daerah Cirebon, dan berusaha menjadi media penyampaian pesan yang efektif di Cirebon.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya mendeskripsikan logo saja tetapi juga meneliti slogan yang biasanya mendampingi dan mempertegas pesan sebuah logo. Penciptaan slogan perusahaan Cirebon Televisi yaitu “*Kudu Weru*” berdasarkan pernyataan dari Informan Internal I yaitu: “Slogan “*Kudu Weru*” di bentuk untuk mempertegas pesan yang di sampaikan dalam logo perusahaannya yaitu sebuah stasiun televisi yang menjadi cermin Budaya Daerah Cirebon yaitu Bahasa Cirebon.

Secara etimologis slogan Cirebon Televisi “*Kudu Weru*” berasal dari Bahasa Daerah Cirebon, yang mempunyai arti secara

Bahasa Indonesia yaitu “harus tahu”, yang memberikan kesan perintah, himbawan, dan penegasan kepada masyarakat dengan tujuan membangkitkan ketertarikan untuk mengetahui apa itu Cirebon Televisi serta membentuk kesadaran masyarakat akan keberadaan Cirebon Televisi sebagai Stasiun Televisi Lokal Cirebon, dan secara sederhana lagi bahwa penciptaan slogan “Kudu Weru” menegaskan bahwa kini Kota Cirebon juga memiliki Media Stasiun Televisi.

4.3. Pemahaman Masyarakat Terhadap Citra Perusahaan Cirebon Televisi dilihat dari Logo Perusahaannya

Persepsi merupakan kemampuan manusia dalam menginterpretasikan informasi mengenai sesuatu. Persepsi seseorang terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Dalam psikologi, persepsi visual merupakan kemampuan manusia untuk menginterpretasikan informasi yang ditangkap oleh mata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan Eksternal II Menyatakan bahwa;

“Cirebon Televisi merupakan stasiun televisi yang mempunyai muatan siaran yang mengandung unsur seni dan budaya Cirebon. Terlihat dari simbol megamendung dan Topeng Kelana yang terdapat pada logo Cirebon Televisi”.

Upaya perusahaan sebagai sumber informasi terbentuknya citra perusahaan memerlukan keberadaan secara lengkap. sehingga dapat mempermudah untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat. Informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan tersebut salah satunya tentunya melalui identitas perusahaan yang berupa logo. Dengan demikian elemen logo yang digunakan Cirebon Televisi, mempunyai kekuatan dalam mencerminkan citra perusahaannya seperti karakter, visi, misi, dan tujuan dari perusahaan yaitu dengan digunakannya simbol Megamendung dan Topeng Kelana yang sangat melekat sebagai ciri khas dari Daerah Cirebon, sehingga masyarakat mudah memahami citra dari perusahaan Cirebon Televisi Sebagai Cerminan Media Budaya Daerah Cirebon.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut.

1. Elemen-elemen pembentuk logo (simbol, bentuk, warna dan tipografi) Cirebon Televisi mencerminkan citranya dengan kekhasan simbol yang digunakan megamendung dan topeng kelana yang melekat pada masyarakat sehingga Cirebon Televisi adalah media stasiun televisi yang menjadi cerminan budaya Daerah Cirebon.
2. Makna dari logo Cirebon Televisi dilihat dari elemen pembentuknya yaitu bentuk logonya abstrak, Cirebon Televisi menampilkan kekhasan dari identitas suatu perusahaan sebagai ciri ataupun pembeda bahwa Cirebon Televisi mempunyai konten informasi dan hiburan mengenai Daerah Cirebon. Berdasarkan warna yang digunakan, mencerminkan dirinya sebagai teknologi dari media televisi yang mampu memberikan rasa keamanan, konservatif, alami, murni, bersih dan agresifitas serta memiliki kesan dan karakter bertenaga, pembaharuan dan kecermatan. Berdasarkan tipografi yang digunakan, Cirebon Televisi mencerminkan dirinya sebagai stasiun yang memiliki karakter keras dan penuh keyakinan serta keoptimisan untuk membangun wawasan pemirsa melalui informasi Daerah Cirebon menuju masyarakat madani yang sejahtera dengan menjadi salah satu media televisi yang menjadi cerminan Budaya Daerah Cirebon.
3. Keberadaan logo Cirebon Televisi sebagai identitas perusahaan PT. Pelangi Raya Televisi mampu mewakili nilai-nilai strategis perusahaan dan efektif sebagai instrument komunikasi perusahaan dalam membentuk dan membangun citra perusahaan, masyarakat mampu dengan mudah mengingat dan memahami apa itu Cirebon Televisi dilihat dari logo perusahaannya.

5.2. Saran

1. Sebaiknya perlu adanya Graphic Standar Manual (GSM), yaitu detail mengenai konsep logo secara tertulis, sebagai pedoman dalam mencapai tujuan dari perusahaan serta petunjuk penggunaan logo dalam beberapa media.
2. Dalam rangka untuk membentuk pandangan masyarakat yang positif mengenai citra suatu perusahaan diperlukan suatu keseriusan dan pemahaman yang memadai mengenai fungsi dan pengaplikasian suatu logo. Ini terlihat dengan masih digunakannya logo lama dalam Corporate Visual Identity Sistem pada perusahaan Cirebon Televisi yang dapat menghambat pembentukan citra positif perusahaan Cirebon Televisi.
3. Corporate Visual Identity Sistem pada perusahaan Cirebon Televisi dalam “Membangun Wawasan Pemirsa Melalui Informasi Daerah Cirebon Menuju Masyarakat Madani Yang Sejahtera” serta mampu “Menjembatani Masyarakat Dalam Membaca Prospek Masa Depan Bangsa Kearah Modernisasi dalam Dunia Telekomunikasi Maupun Ilmu Pengetahuan”, perlu adanya publikasi atau kampanye secara terus menerus dalam mempertahankan dan mengembangkan citra perusahaan yang telah terbentuk.

Daftar Pustaka

- Anggoro, M.Linggar. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Jefkins, Frank, 1995. *Public Relations* (Edisi ke-4). Jakarta: Erlangga
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI
- Kriyantono, Rachmat. 2002. *Teknik Praktis ; Riset Komunikasi*. Surabaya : Kencana
- Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya

Jurnal

- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya*. Nirmana, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Vol. 1, No.2, Juli 1999
- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Nirmana Vol. 1, No.1, Juli 1999
- Hadi, Umar. 1998. *Memahami Desain Grafis, Katalog Pameran Desain Grafis*. LPK Visi Yogyakarta.
- Istanto H. Freddy, 2000. *Gambar Sebagai Alat Komunikasi Visual*. Nirmana, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Vol.2,No.1, Januari 2000
- Tinarbuko, Sumbo, 1998. *Memahami Tanda, Kode, dan Makna Iklan Layanan Masyarakat*. Tesis. Bandung: ITB

Internet

- <http://komvis.com/logo/identitasvisual/> di download tanggal 20 Juni 2009
- [http://logoresource.com/logo/identitas perusahaan/](http://logoresource.com/logo/identitas_perusahaan/) di download tanggal 5 Juni 2009
- http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_visual/ di download tanggal 5 Juni 2009
- Subroto, Asto S. 2008. *Membangun Identitas Merek UKM dengan Logo*.
- [http://www.sinarharapan.co.id/opini/bisnis/Diakses pada 9 Juni 2009](http://www.sinarharapan.co.id/opini/bisnis/Diakses_pada_9_Juni_2009)

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Dr. Hj.Heriyani Agustina , Dra., MM., M.Si, lahir di Palembang 28 Agustus 1951. Gelar Doktor diperoleh dari Universitas Gajah Mada (UGM) Program Studi Humaniora. Pengalaman mengajar mulai tahun 1986 sd sekarang dengan mata kuliah yang diampu: Sistem Sosial Budaya, Pengantar Filsafat, Komunikasi dan PR, Humas Internasional, dll. Pengalaman bekerja dalam Dunia Pendidikan diantaranya sebagai Kepala UPT, Wakil Dekan II, dan Dekan Fisip-Unswagati dua periode sampai saat ini. Selain mengajar, sebelumnya pernah menjabat sebagai Marketing Advisor Lipo Cirebon, Ketua IIDI

dua periode, Ketua Pokja IV Bid. Kesehatan Kota Cirebon, Ketua GOW (Gabungan Organisasi Wanita) Cirebon dan masih banyak lagi.

Farida Nurfalih, S.Sos., M.Si, lahir di Bandung, 04 Juni 1975 lulusan Universitas Islam Bandung Jurusan Ilmu Humas, dan S2 lulusan dari Institut Pertanian Bogor Jurusan Komunikasi Pembangunan. Selama bekerja di Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon (Unswagati) pernah menjabat sebagai Kaur Akademik dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dengan mengampu mata kuliah : Perencanaan Merk dan Citra, Psikologi Komunikasi, Manajemen Industri Kehumasan, dan lain-lain.

Popo Sutopo, S.Sos, lahir di Cirebon, 15 Januari 1985, merupakan alumni Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon, saat ini telah bekerja di salah satu Perusahaan Swasta di Cirebon serta menekuni bidang wirausaha keluarga.