

Persepsi khalayak terhadap logo sebagai sarana hubungan masyarakat (Suatu studi mengenai penggunaan simbol Bank BNI dalam membangun corporate identity)

Layla Nurzahroh, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284082&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan antara bank yang semakin ketat dewasa ini menuntut setiap bank untuk beroperasi secara efisien dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Citra positif bank harus dijaga karena bila citranya tidak baik maka akan sulit bagi sebuah bank untuk mendapat kepercayaan dari masyarakat. Untuk itu perlu adanya hubungan yang selalu baik antara masyarakat dengan pihak bank. Usaha ini sebagian besar bertumpu pada peran Hubungan Masyarakat. Sehubungan dengan itu aktifitas Hubungan Masyarakat yang disorot di sini adalah kegiatan komunikasi dengan masyarakat. Dalam melakukan komunikasi Humas harus pandai menggunakan berbagai sarana yang ada. Salah satu sarana yang adalah menggunakan logo perusahaan. berfungsi sebagai identitas perusahaan, diharapkan dapat juga menyampaikan citra dirinya kepada masyarakat. digunakan Logo selain Komunikasi melalui logo ini tidak akan efektif bila masyarakat tidak mengerti apa sebenarnya pesan perusahaan yang ingin disampaikan melalui logo tersebut. Untuk mengetahui hal tersebut, penulis mengadakan penelitian persepsi khalayak terhadap logo sebagai sarana Humas, dalam hal ini adalah logo Bank BNI. Penelitian ini menggunakan metode survei yang bersifat deskriptif dengan 80 responden yaitu nasabah Bank BNI yang berusia 17-55 tahun dan berpendidikan SLTA. Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan persepsi khalayak terhadap logo Bank E-iNI mulai tahap attention , interpretasi dan pada akhirnya informasi yang didapat melalui logo tersebut. Hasil penelitian menyatakan bahwa attention khalayak terhadap logo sudah baik. Namun demikian interpretasi khalayak terhadap logo berbeda dengan apa yang ingin disampaikan oleh pihak bank, dengan demikian informasi yang didapat melalui logo tersebut juga berbeda dengan informasi yang sebenarnya ingin disampaikan. Oleh sebab itu komunikasi antara pihak bank dengan masyarakatnya perlu ditingkatkan.