

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini masyarakat D.I.Y beropini positif berikut merupakan penjabaran opini masyarakat dari setiap indikator:

1. Tingkat pengetahuan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dari elemen warna, responden **tidak tahu** bahwa warna merah bata dalam logo “Jogja Istimewa” berasal dari lambang keraton yang berarti simbol keberanian, ketegasan, dan kebulatan tekad yang utuh, serta warna merah diatas putih melambangkan Jogja yang selalu cinta Indonesia.
2. Tingkat pengetahuan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dari elemen tipografi, responden **tidak tahu** bahwa penggunaan huruf kecil dalam logo “Jogja Istimewa” melambangkan kesederajatan dan persaudaraan antar sesama. Pada tingkat pengetahuan logo “Jogja Istimewa” menggunakan font original yang didesain berdasarkan aksara Jawa yang menunjukkan kekuatan akar budaya masyarakat Yogyakarta masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta **mengetahui**.
3. Tingkat pengetahuan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dari elemen slogan/tagline. Responden **mengetahui** bahwa arti dari tagline “Jogja Istimewa” ialah istimewa yang beda dari yang lain,

*tagline* “Jogja Istimewa” singkat dan jelas, *tagline* “Jogja Istimewa” mudah dimengerti.

4. Pada perasaan/emosi masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dengan total 399 responden, mereka **menyukai** warna merah bata yang digunakan dalam logo “Jogja Istimewa, mereka juga menyukai penggunaan tipografi dan mereka juga menyukai *tagline* logo “Jogja Istimewa” yang beda dari yang lain, singkat dan mudah dimengerti.
5. Pada tingkah-laku masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta, mereka **setuju** dan menggunakan logo “Jogja Istimewa” sebagai logo Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dari hasil penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa opini masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta positif dengan logo “Jogja Istimewa”, karena jika pernyataan pendapat/opini merujuk ke arah mendukung, memuji, menyanjung dan menyetujui maka opini tersebut dapat dikatakan positif. Jika dilihat dari persentase 89% masyarakat D.I.Y beropini positif dan 11% beropini negatif.

## V.2 Saran

Untuk akademis, peneliti merasa penelitian ini belum sempurna. Oleh karena itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan dasar untuk penelitian lanjutan mengenai logo “Jogja Istimewa”.

Untuk Praktis, dengan melihat kesimpulan dari hasil yang diperoleh dan logo “Jogja Istimewa” merupakan salah satu bentuk *corporate identity* milik Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta peneliti memberikan saran kepada

Pemerintah D.I.Y, dalam proses *rebranding* sebaiknya tidak hanya melakukan *rebranding* melalui logo saja, melainkan pemerintah juga mempertimbangkan pengetahuan setiap masyarakat mengenai pengertian-pengertian dari logo “Jogja Istimewa”. Dengan *citizen branding* yang dilakukan oleh Pemerintah D.I.Y, masyarakat belum mengerti logo “Jogja Istimewa” sepenuhnya. Oleh karena itu perlu adanya sosialisasi-sosialisasi lebih lagi kepada masyarakat sekitar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin R.(2007). *RisetPemasaran*. JAKARTA: PenerbitGhalia  
Indonesia
- Azwar,Saifuddin.(2015). *SikapManusiaTeoridanPengukurannya*.  
Yogyakarta: PustakaPelajar
- .(2015).*ReliabilitasdanValiditas*. Yogyakarta: Pustaka  
Pelajar
- Budelmann,K., Kim,Y., Wozniak, C.(2010).*Brand Id  
entity Essentials 100  
Principles for Designing Logos and  
BuildingBrands*.China:Rockport  
Publisher, Inc
- Bungin, B. (2011). *Metodelogi penelitian sosial*. Surabaya: University  
Airlangga Press
- Effendy, Onong Uchjana.(1989). *KAMUS KOMUNIKASI*. Bandung:PT.  
Mandar Maju.
- Jefkins, Frank.(1994). *Periklanan*.Jakarta:PenerbitErlangga
- Juliandi,A., Irfan.,Manurung S.(2004). *MetodePenelitianBisnis*. Medan:  
UmsuPress
- Kertajaya, Hermawan.(2007). *Seri 9 Elemen Marketing on Brand*. Bandung:  
PT. Mizan Pustaka.
- Kriyantono, Rachmat.(2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.Jakarta:  
Kencana Predana Media Group.

- Olii, Novi Erlita.(2011). *Opini Publik*. Jakarta: PT. Indeks.
- Pujiyanto,(2014).*IklanLayananMasyarakat*. Yogyakarta:PenerbitAndi
- Rangkuti,Freddy.(2007). *RisetPemasaran*.Jakarta:PT. GramediaPustaka  
Utama
- Ruslan, Rosady.(2010).*Metode Penelitian Public Relations dan  
Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- .(2012). *Manajemen Public Relation & Media  
Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain logo*. JAKARTA : PT. GRAMEDIA  
PUSTAKA.
- Sugiyono, (2002), *Statistika untuk Penelitian*.Bandung:Penerbit Alfabeta
- Sunarjo, Djoenaesih.(1984).*OpiniPublik*.Yogyakarta:Penerbit Liberty  
Yogyakarta
- Suryo, Prof.Dr.D.,Susilo, E., Wijayanto,Iip.,dkk.(2008).*JogjaDalam  
Keistimewaan*. Yogyakarta:KompleksPerpustakaanPusat  
UniversitasSarjanawiyataTamansiswa
- Susanto,A.B, H.W.(2004). *Power Branding "membangun merek unggul dan  
organisasi pendukungnya"*. Jakarta: PT. Mizan Publika.
- Vos, M.F (1992). *The Corporate Image Concept: A Strategic  
Approach*.DenHaag:CIPGegevensKoninklijkeBibliotheek.
- Yananda, UmmiSalamah.(2014).*Branding Tempat.Membangun Kota,  
Kabupaten, danProvinsiberbasisIdentitas*.Jakarta:MaknaInformasi

## SUMBER LAIN :

Koran:

Kasali, Rhenald. Perspektif City Branding. (2015, 13 Maret). *Jawa Pos*, hal 1, 15

Internet:

Anugraheni, Ekasanti & Devi Ariyani. (2014, 1 November). Terbaca "Togua", Desain Logo Baru Jogja Tuai Kritik. Diakses tanggal 19 Maret 2015 dari <http://regional.kompas.com/read/2014/11/01/15095821/Terbaca.Togua.Desain.Logo.Baru.Jogja.Tuai.Kritik>

Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 2014. (2015, 20 Oktober) Diakses dari tanggal 28 November 2015 dari [yogyakarta.bps.co.id](http://yogyakarta.bps.co.id)

Esa, (2014, 31 Oktober). Logo 'TOGUA' Bernilai Rp 1,5 Miliar. *Jogja.Tribunnews* [on-line]. Diakses tanggal 16 Maret 2015 dari <http://jogja.tribunnews.com/2014/10/31/logo-togua-bernilai-rp-15-miliar>

Jogja Darurat Logo. (2015, 5 Februari) Facebook [on-line]. Diakses tanggal 5 Maret 2015 dari <https://www.facebook.com/jogjadaruratlogo/posts/1554167214870481>

Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Daerah Istimewa Yogyakarta Semester 1 2015 <http://kependudukan.jogjaprov.go.id/olah.php?module=statistik&periode=3&jenisdata=penduduk&berdasarkan=agama&prop=34&kab=71&kec=> Diakses tanggal 29 Januari 2016 18.51

Jumlah Sekolah menurut Tingkatan Sekolah dan Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta <http://yogyakarta.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/19> Diakses tanggal 29 Januari 2016

Jumlah Pendidikan Tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta <http://www.jogjaprov.go.id/warga/pendidikan> diakses tanggal 29 Januari 2016

Jumlah Masyarakat DIY beragama Konghucu <http://kependudukan.jogjaprov.go.id/olah.php?module=>

[statistik&periode=4&jenisdata=penduduk&berdasarkan=agama&prop=34&kab=71&kec=](#) diakses tanggal 22 Mei 2016

Logo Baru Yogyakarta  
Diyakini Mampu Dongkrak Pariwisata <http://www.antarane.ws.com/berita/481949/logo-baru-yogyakarta-diyakini-mampu-dongkrak-wisata>,  
diakses tanggal 15 Maret 2015

Logo 'TOGUA' Bernilai Rp 1,5 Miliar. (2014, 31 Oktober).  
Diakses dari tanggal 5 Maret 2015  
<http://jogja.tribunnews.com/2014/10/31/logo-togua-bernilai-15-miliar>

Paramita, Rahardian p. (2015, 8 Maret ). Dari 'Togua' akhirnya jadi  
'Jogja Istimewa'. Diakses dari tanggal 20 Maret 2015 dari  
<http://beritagar.com/p/dari-togua-akhirnya-jadi-jogja-istimewa-20683>

Pengumuman Pemenang Hadiah Istimewa Urun Rembug Citizen  
Branding Jogja. (2015, 11 Februari). Urunrembugjogja [on-line].  
Diakses tanggal 5 Maret 2015 <http://urunrembugjogja.com/news/13>

Rebranding Jogja” Perancangan Logo dan Tagline Jogja.  
[www.jogjaprovo.go.id](http://www.jogjaprovo.go.id) diakses tanggal 20 Maret 2015

Selamat Tinggal Keistimewaan Yogyakarta. (2015, 30 Agustus).  
Diakses dari tanggal 2 November 2015  
dari <http://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/15/08/30/ntw62a361-selamat-tinggal-keistimewaan-yogyakarta>

Sejarah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.  
<http://www.kemendagri.go.id/pages/profil-daerah/provinsi/detail/34/di-yogyakarta> Diakses tanggal 30 Januari 2016

“TOGUA”, Logo Baru Jogja yang dikritik & jadicandaan netizen.  
(2014, 15 November) Twitter: @infojogja [on-line]. Diakses tanggal 5  
Maret 2015 dari <https://twitter.com/infojogja>

Winata, Astama Izqi. (2014, 28 November). Pemerintah Dukung  
Pembinaan Sektor Pariwisata DIY. Jogjadaily [on-line]. Diakses tanggal 16  
Maret 2015 dari <http://jogjadaily.com/2014/11/pemerintah-dukung-pembinaan-sektor-pariwisata-diy/>