

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah penulis lakukan, corporate identity memiliki fungsi yang sangat penting dan berperan dalam sebuah perusahaan. Dan selain sebagai identitas suatu perusahaan, corporate identity mempunyai beberapa fungsi lainnya yaitu :

- a. **Sebagai patokan dari program menyeluruh strategi dari suatu perusahaan.** Suatu corporate identity yang baik haruslah selalu sejalan dengan rencana perusahaan. Karena merupakan *image* yang ingin di bentuk perusahaan di benak konsumen sehingga seharusnya mewarnai setiap strategi *branding*, *marketing* ataupun *public relations* yang di buat dimasa kini dan di masa yang akan datang.
- b. **Sebagai landasan dari sistem operasional suatu perusahaan.** Hal ini disebabkan corporate identity adalah suatu image yang ingin dibentuk di benak konsumen sehingga seluruh personil harus mampu menghayatinya terutama ketika menjalankan operasional perusahaan sehari-hari
- c. **Sebagai tiang dari jaringan (network) yang baik bagi perusahaan.** Image yang baik dan positif dari suatu perusahaan akan memudahkan perusahaan mendapatkan investor, pinjaman atau partner dari berbagai tempat sehingga memudahkan hubungan dengan pemerintah seperti mengurus perizinan.
- d. **Alat jual dan promosi.** Corporate identity merupakan alat jual bagi perusahaan untuk produk-produk yang sekarang ada atau produk yang akan dikembangkan. Karena image yang positif dari suatu perusahaan akan membuat konsumen percaya dan nyaman akan perusahaan itu dan

percaya pula dengan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut merupakan produk berkualitas terbaik.

Berikut ini akan dipaparkan beberapa alasan, mengapa promosi dan bisnis sangat berhubungan;

a. Menciptakan Brand Awareness

Alasan penting pertama saat melakukan promosi adalah menciptakan brand awareness. Bahasa sederhana dari istilah ini adalah membuat produk kita dikenal oleh konsumen. Sempelnya bagaimana produk kita bisa terjual banyak jika konsumen saja tidak mengenal produk kita. Ini adalah alasan paling dasar dari sebuah strategi promosi yang kita lakukan.

Strategi promosi dengan tujuan ini sangat penting dilakukan untuk produk yang baru saja diluncurkan atau belum banyak dikenali.

b. Promosi Bertujuan Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen

Promosi bermanfaat untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen menjadi sangat penting agar konsumen tidak beralih kepesaing.

c. Promosi Penting Untuk Membangun Merek

Alasan penting selanjutnya adalah promosi berperan penting untuk membangun merek. Ketika konsumen sudah mengenal produk kita, langkah kemudian adalah menciptakan kesan merek positif (*brand image*).

Merek tidak cukup hanya terkenal, merek tersebut harus dibangun menjadi merek yang kuat citra yang positif. Langkah penting untuk membangun merek yang memiliki citra positif adalah fokus pada kualitas dan layanan yang baik.

d. Sarana Untuk Edukasi ke Konsumen

Promosi berperan untuk menyampaikan suatu pesan ke target konsumen kita. Promosi juga bisa menjadi sarana edukasi konsumen tentang manfaat produk kita. Sebagai produk yang relatif baru atau

belum terkenal, kita sebagai pemilik produk wajib untuk mengedukasi konsumen tentang kegunaan produk, cara pakai produk, dan berbagai hal yang berhubungan dengan produk. Hal ini menjadi alasan penting mengapa promosi wajib untuk dilakukan.

Pula berdasarkan penelitian dan analisis yang penulis lakukan dan jelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pembuatan identitas perusahaan atau corporate identity dan desain promosi, dimana desain dibuat dengan analisis, filosofi serta konsep yang jelas sesuai dengan konsep yang ingin dibangun. Dan dari hasil yang penulis jelaskan tentang proses pembuatan identitas perusahaan STMJ pada bab-bab sebelumnya, kita dapat mengetahui bagaimana suatu identitas perusahaan dan desain promosi dapat dibuat dan diciptakan, mulai dari proses pencarian konsep, perancangan, hingga finishing atau penyelesaian. Ini merupakan salah satu tujuan penulis untuk mengambil tema atau judul dari laporan riset ini.
- b. Sebagai seorang designer grafis, penulis mengakui ada banyak kesulitan dalam menentukan dan membuat konsep yang benar-benar matang dalam pembuatan identitas perusahaan. Keterbatasan penulis dalam menentukan warna dasar dan pemilihan warna yang akan digunakan agar terlihat harmonis dan memiliki arti yang tepat juga sesuai dengan konsep yang dituju. Hal-hal itulah yang membatasi penulisan Laporan Riset ini, sehingga masih sangat dibutuhkan perbaikan dalam penyempurnaan dalam laporan ini agar menjadi laporan yang sempurna dan berguna untuk mahasiswa ataupun orang lain.

## 2. Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari semua isi pada laporan riset ini, penulis juga ingin memberikan saran dengan tujuan memberikan sebuah gambaran atau pesan untuk khalayak yang membaca, agar dapat menciptakan sebuah produk yang lebih bagus, berkualitas dan menarik. Beberapa saran yang ingin penulis kemukakan yakni :

- a. Sebuah karya yang berkualitas merupakan sebuah karya yang memiliki arti dan mendeskripsikan maksud dan tujuan dari penciptaan karya tersebut. Menentukan konsep awal dalam perancangan atau pendesainan sangatlah penting, agar karya atau produk yang kita buat akan menjadi sebuah produk yang memiliki makna atau pesan. Agar produk yang kita hasilkan menjadi produk yang berkualitas dan tidak berkesan seperti hasil yang tidak memiliki makna dan tanpa tujuan.
- b. Pemilihan warna yang tepat dalam pendesainan harus sesuai dengan maksud tujuan dari produk yang kita rancang atau ciptakan agar terlihat harmonis dan memiliki arti yang sesuai.
- c. Salah satu hal penting dalam merancang identitas perusahaan adalah ciri khas. Tujuan desain yang memiliki ciri khas ini agar terlihat lebih menarik sehingga sebuah instansi menjadi lebih mudah untuk dikenal dan diingat oleh masyarakat maupun relasi atau kolega yang berhubungan dengan instansi.

Saran-saran yang penulis jelaskan diatas bertujuan untuk memberikan sebuah gambaran atau pesan untuk pembaca dan dapat membantu dalam pendesainan produk yang lebih bagus dan menarik.