

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **1. Kesimpulan**

Setelah melewati proses pengamatan dan penelitian pada studi kasus desain komunikasi visual sebagai sarana informasi BANDARA DEPATI AMIR pada PT. ANGKASA PURA II (persero), maka berdasarkan uraian bab-bab diatas dapat disimpulakn sebagai berikut :

- a. Untuk merancang media komunikasi visual agar sesuai dengan prinsip desain komunikasi visual seperti : ruang kosong (*white space*), kejelasan (*clarity*), kesederhanaan (*simplicity*), dan emphasis (*point of interest*), maka diperlukan sebuah konsep perancangan media yang didasari oleh teori-teori desain. Pada proses perancangan ini, konsep *simplicity* dipakai sebagai acuan dalam penyampaian pesan yang diterapkan disetiap desain. Dengan konsep dasar perancangan di atas dapat mewujudkan suatu media yang efektif sebagai sarana informasi BANDARA DEPATI AMIR pada PT. ANGKASA PURA II (Persero).
- b. Media-media yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan keberadaan PT. Angkasa Pura II (persero) Cabang Bandara Depati Amir Bangka menggunakan media-media yang terdiri dari media, antara lain : Company Profile, kalender, Kartu Nama, Stiker, Mug dan *Paper Bag*.

## **2. Saran**

Saran-saran penulis sebagai bahan pertimbangan setelah mengetahui dan melakukan studi penelitian ini, antara lain:

- a. Untuk mencapai hasil yang maksimal diharapkan dalam proses desain komunikasi visual memperhatikan konsep desain, unsur-unsur visual desain dan prinsip dasar desain.
  
- b. Dalam pemilihan media komunikasi visual sebagai media promosi sebaiknya mengacu pada kebutuhan sasaran terhadap media dan efektifitas media dalam menjangkau sasaran.

Diatas merupakan saran-saran yang penulis jelaskan dengan tujuan untuk memberikan sebuah gambaran atau pesan untuk khalayak yang membaca, agar dapat menciptakan sebuah produk yang bagus dan menarik.