BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang *corporate identity* PT. Globalindo 21 EXPRESS sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*, dari rumusan masalah perancangan yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, ditarik beberapa kesimpulan sementara sebelum pengujian dilakukan. Adapun kesimpulan sementara yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Konsep perancangan corporate identity PT. Globalindo 21 Express adalah "Vigorous" yaitu untuk lebih mampu bertahan didalam persaingan global dengan segala kemungkinan yang terjadi. Tujuan dari konsep perancangan ini adalah untuk memberi kesadaran merk kepada khalayak akan keberadaan dan eksistensi PT. Globalindo 21 Express di dunia jasa pengiriman barang. Dengan dibuatkannya corporate identity ini diharapkan mampu meningkatkan nilai jual bagi perusahaan.
2. Media yang digunakan dalam perancangan kali ini begitu beragam. Diantaranya adalah media yang secara umum digunakan oleh perusahaan dalam menangani konsumen, seperti alat tulis kantor, seragam perusahaan dan beberapa media cetak lainnya. Hal ini merupakan cara promosi lewat interaksi langsung ke konsumen yang dianggap efektif karena diaplikasikan pada kegiatan sehari hari.

5.2 Saran

Perancangan corporate identity PT. Globalindo 21 Express ini adalah upaya untuk meningkatkan awareness public terhadap perusahaan. Namun awareness itu muncul tidak hanya dari kemasan perusahaan tetapi juga mutu dan layanan dari perusahaan itu sendiri. Maka dari itu diharapkan dengan adanya perubahan identitas perusahaan ini dibarengi dengan perubahan layanan dan mutu yang lebih baik lagi sehingga mampu mendukung strategi branding yang telah dibuat.

INSTITUT BISNIS
& INFORMATIKA
stikom
SURABAYA