

## BAB V

### PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang *corporate identity* S1 Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan perancangan karya dan implementasi karya yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perancangan Corporate Identity S1 Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya sebagai upaya Meningkatkan Brand Awareness, membutuhkan konsistensi pada penerapan visual di setiap media-medianya. Karena sebuah konsistensi visual dapat menciptakan sebuah image di benak target audience, yang kemudian menimbulkan brand awareness.
2. Dengan menggunakan sebuah acuan untuk penerapan visual yaitu *Graphic Standart Manual*. Dapat membantu terbentuknya konsistensi visual dalam implementasi di berbagai media.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran dan rekomendasi yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu, Logo pada DKV STIKOM selain berdasarkan visi misi dan *keyword*, logo harus memenuhi kriteria yaitu; *pure art*, *pure science*, dan *pure technology*. Yang dimana dalam perancangan ini kriteria *pure art* dalam

logo masih belum terlihat. Pada Tugas mahasiswa digunakan cara lain untuk meminimalisir biaya pembuatan cover. Untuk brosur, lebih ditonjolkan lagi mata kuliah-mata kuliah unik dari DKV seperti *Intergrated Marketing*, *Public Speaking* dll. Sehingga dapat menarik perhatian mahasiswa baru.

Pada website untuk halaman *home* diharapkan lebih banyak konten dan mengurangi *thumbnail*. Konten dapat diisi dengan *news* atau info terbaru STIKOM, info tentang pendaftaran, mengapa memilih DKV STIKOM Surabaya, dan keunggulan DKV STIKOM Surabaya, sehingga halaman *home* dapat menampilkan info-info penting atau utama pada DKV STIKOM Surabaya.

Masih belum tersentuhnya media promosi digital seperti video profile, iklan radio, dan iklan web. Dapat digunakan sebagai upaya untuk menjaga *brand awareness* DKV STIKOM Surabaya yang telah tercapai saat ini.

