

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan komunikasi visual berbasis budaya guna meningkatkan *brand awareness* ini adalah :

1. Gagasan perancangan komunikasi visual SPIL ini yaitu sejak perusahaan tersebut berdiri, belum memiliki media komunikasi visual yang memadai untuk mendukung promosi atau mengenalkan perusahaan kepada masyarakat. Salah satu kegiatan promosi untuk mengenalkan perusahaan kepada masyarakat selama ini adalah dengan keikutsertaan ajang promosi di *event Job Fair*. Sehingga diperlukannya media komunikasi secara visual melalui media promosi.
2. Konsep desain dalam perancangan ini adalah “*Progressive*” atau “menggerakan perekonomian untuk masa depan” didefinisikan sesuatu hal yang mengacu pada visual yang mengarah ke masa depan dengan menjaga nilai budaya dimiliki oleh perusahaan. Harapan kedepan melalui konsep perancangan ini masyarakat maupun customer lebih mengenal SPIL dan semua mimpi yang di harapkan salah satu perusahaan *shipping lines* terbaik untuk memajukan perekonomian Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pihak SPIL diharapkan mampu melakukan kegiatan promosi dengan baik melalui perancangan media komunikasi visual berbasis budaya perusahaan.
2. Mempertahankan keunikan dengan konsep budaya yang melatar belakangi kemajuan SPIL dalam setiap perancangan media komunikasi yang telah dirancang, guna menghindari adanya anggapan negative dari publik yang tidak perlu karena banyaknya pesaing yang secara langsung bisa menggeser konsistensi perusahaan.