

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang sarana komunikasi visual PT. Pegadaian guna meningkatkan *brand equity*. Dari rumusan masalah yang ada, analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulannya gagasan perancangan media promosi PT. Pegadaian adalah meningkatkan *brand equity* dengan tema *entrepreneur*. Di implementasikan dalam bentuk konsep kreatif, strategi komunikasi dan strategi media yang mengacu pada peran *brand equity*, dimana hasil perancangan diharapkan mampu membentuk karakteristik sebuah merek yang unik pada perusahaan bagaimana seorang pelanggan, berfikir, merasakan, serta bertindak secara baik terhadap sebuah merek yang dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan.

#### **5.2 Saran**

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Sarana komunikasi visual yang telah dirancang diharapkan agar dapat segera diaplikasikan sehingga dapat terlihat hasil yang nyata.
2. Berdasarkan analisa yang dilakukan, produk dan layanan yang lain masih belum memiliki media promosi yang berfokus pada produk dan layanan

masing-masing. Diharapkan untuk pengembangannya dirancang sarana media promosi yang berfokus pada produk dan layanan masing-masing.

3. Diharapkan untuk pengembangannya, akan dilakukan audit terhadap respon sarana komunikasi visual yang telah dibuat guna memastikan hasil penerimaan di masyarakat.

STIKOM SURABAYA