

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, penulis berhasil merancang sebuah panduan sistem identitas visual PMKRI Cabang Maumere Santo Thomas Morus yang terdiri dari filosofi logo, sistem warna, tipografi, elemen grafis pendukung, sistem layout, serta grafis standar manual sebagai pedoman penggunaan identitas visual. Sistem identitas visual yang dirancang berlandaskan pada nilai-nilai dasar organisasi, yaitu kristianitas, intelektualitas, fraternitas dan intelektualitas, sehingga mampu merepresentasikan karakter organisasi secara lebih jelas dan konsisten.

Perancangan sistem identitas visual ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk memperkuat *brand image* organisasi di kalangan mahasiswa serta membantu menciptakan keseragaman visual pada seluruh media komunikasi organisasi. Selain itu, *brand guideline* yang dihasilkan dapat digunakan sebagai pedoman resmi bagi setiap periode kepengurusan dalam menerapkan identitas visual organisasi secara berkelanjutan.

6.2. Saran

Pertama, berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, PMKRI Cabang Maumere Santo Thomas Morus diharapkan dapat menerapkan sistem identitas visual yang telah dirancang secara konsisten pada seluruh media digital. Konsistensi penggunaan elemen visual tersebut penting untuk membangun pengenalan dan citra organisasi yang kuat di kalangan mahasiswa dan masyarakat.

Kedua, organisasi diharapkan menjadikan *brand guideline* in sebagai acuan utama dalam setiap proses pembuatan media publikasi agar identitas visual tetap terjaga meskipun terjadi pergantian kepengurusan. Ketiga, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan melakukan pengukuran efektivitas identitas visual terhadap peningkatan *brand image* organisasi baik melalui pendekatan kuantitatif maupun evaluasi persepsi mahasiswa setelah sistem identitas visual diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, G. R., Dewi, A. K., & Nuriarta, I. W. (n.d.). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PADA MEDIA PROMOSI EVENT OPEN STUDIO 7 DI FLORTO STUDIO*. 4(1), 68–75.
- Asakiinah, A., & Fajrina, N. (2023). *PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK MEMBANGUN*. 01(02), 1–8.
- Budiarta, I. G. M., Nyoman, N., Witari, S., & Sutrisno, L. B. (2023). *Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa dalam Kuliah Desain Komunikasi Visual*. 13(1), 60–69.
- Dawami, A. K. (2025). *Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual*. 6(1).
- Hamid, A., Sudani, Y., & Yanti, E. (2021). *PERANCANGAN SISTEM IDENTITAS VISUAL MUSEUM SUMPAH PEMUDA*. 1(1).
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2024). *No Title*. 10(14), 637–643.
- Info, A. (2022). *CORPORATE IDENTITY MENINGKATKAN BRAND IMAGE PERUSAHAAN*. 2(2), 150–159.
- Nugraha, A. A., Arifin, I., Surhianto, V., & Prataseko, F. (2024). *Jurnal Desain Komunikasi Kreatif Perancangan Graphic Standard Manual Book Logo Festival Gau*. 6(1), 3–6.
<https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.1>
- Pakarena, J., & Fadhillah, N. (2025). *DESIGN THINKING SEBAGAI PENDEKATAN PERANCANGAN* Sukoco bahwa Di Indonesia Perusahaan. 10.
- Raflyanto, M., Qeis, M. I., & Anto, P. (2023). *KAJIAN TIPOGRAFI PADA LOGO UMKM DADDY ' S TAKOYAKI*. 01(01).
- Sayekti, P., & Irawanto, R. (2024). *Penerapan Graphic Standard Manual pada Visual Identity Produk Komoditi Batik Berpotensi Ekspor*. 6(01), 13–25.
- Setiawan, A., & Adi, M. (2025). *Analisis Penggunaan Warna Berdasarkan Teori Warna*

Menurut Brewster Pada UI Google Home Assistant Dengan Pendekatan Design Thinking. 02(2024).

Wijaya, M. F. F., Hakim, L., Romadhon, N. H., & Putri, S. (2025). CHESTER : Art and Design Journal STRATEGI VISUAL BRANDING DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL. *CHESTER : Art and Design Journal*, 1(2), 14–26.

Yulius, Y., & Putra, M. E. P. (2021). *Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual*. 6(2), 111–116.