

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

##### **1. Makna *Representament* logo Museum Geologi**

Makna *Representament* Logo Museum Geologi menjelaskan bahwa logo Museum Geologi merepresentasikan institusi Museum Geologi sebagai institusi permanen, nirlaba, melayani kebutuhan publik, dengan sifat terbuka, dengan cara melakukan usaha pengoleksian, mengkonservasi, meriset, mengomunikasikan, dan memamerkan benda nyata kepada masyarakat untuk kebutuhan studi, pendidikan dan kesenangan. Dalam Berdasarkan *Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1995*, museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa dalam bidang ilmu kebumian yang mencakup suatu daerah tertentu yang dalam hal ini yaitu Indonesia, Selain itu logo tersebut juga merepresentasikan Museum Geologi sebagai sarana ilmu pengetahuan yang tak henti-henti mengkaji keilmuan mengenai ilmu kebumian.

## 2. Makna *Object* logo Museum Geologi

Seperti yang dijelaskan pada Bab IV, Tanda-tanda dalam logo Museum Geologi Merepresentasikan berbagai object tertentu yang erat kaitannya dengan penyelenggaraan institusi tersebut, eksistensi dari museum geologi direpresentasikan oleh *logotype* dari logo Museum Geologi, tanda ini juga mencerminkan citra dan sifat dari museum. selain itu, object kajian museum yakni ilmu kebumian direpresentasikan oleh logogram dari logo tersebut, Logo Museum Geologi juga merepresentasikan *positioning* dari institusi tersebut, sebuah kelembagaan keilmuan yang menjadi sumber atau tempat memamerkan hasil penelitian untuk melestarikan kebudayaan bangsa Indonesia.

## 3. makna *Intepretant* logo Museum Geologi

Interpretant yang terkandung pada logo Museum Geologi yaitu merupakan pemahaman makna berdasarkan penerima tanda dalam memunculkan intepretasi atau pemahaman makna dari tanda dan objek logo tersebut. keberadaan museum yang telah menjadi salah satu *landmark* kota bandung telah mengasah logo tersebut, proses branding yang terjadi dilakukan secara natural seiring eksistensi institusi ini yang telah berlangsung lama. sehingga intepretant yang terbentuk dari logo Museum Geologi mencerminkan kegiatan institusi ini sebagai tempat penyimpanan dan pemeliharaan juga pameran hasil budaya manusia.

## 5.2 Saran

### 1. Saran Filosofis

1. Logo dapat diibaratkan wajah dari *brand* sehingga logo bisa jadi jembatan pembentukan awal *brand image* pada sebuah institusi sehingga disarankan adanya kajian lebih lanjut mengenai Logo dalam strategi *Branding*.
2. Dalam penelitian ini ditemukan bahawa proses Branding dilakukan bukan hanya oleh divisi marketing tetapi dilakukan secara holistik sehingga disarankan pada praktisi PR untuk melakukan pengkajian dan pengembangan pada strategi *branding*.
3. Dalam strategi pemasaran Logo merupakan “kemasan” pada sebuah institusi, sehingga penting bagi praktisi *marketing* untuk dapat meningkatkan pemanfaatan logo sebagai strategi pemasarannya.

### 2. Saran Akademis

1. Dalam penelitian ini disarankan adanya pengembangan terhadap pemanfaatan logo dalam dunia komunikasi.
2. Dalam pembentukan sebuah logo, pesan seringkali luput dari pertimbangan seorang perancang logo, maka dalam penelitian ini disarankan adanya kajian lebih lanjut mengenai pengembangan komunikasi visual dalam logo.
3. Lebih lanjut kajian mengenai semiotika dalam logo dinilai sangat penting untuk dikembangkan lebih lanjut.
4. Dengan adanya penelitian ini diharapkan adanya perkembangan lebih lanjut mengenai konstruksi makna.

### 3. Saran Praktis

1. Sebagai media informasi Museum Geologi selalu Mengaktualisasikan dirinya sehingga dapat terus “eksis” terhadap perkembangan dunia dan juga meningkatkan kualitas informasi, tetapi dalam konteks peningkatan kualitas Museum Geologi dinilai kurang dapat Mensosialisasikan perkembangan kualitas tersebut sehingga ini menjadi sebuah “pekerjaan rumah” bagi praktisi PR pada Museum Geologi, logo Museum Geologi dinilai kurang relevan dengan fungsi Museum Geologi sebagai “sarana” penyedia informasi bagi masyarakat. penulis berharap Museum Geologi dapat terus meningkatkan kualitasnya baik sebagai Lembaga juga sebagai media informasi untuk masyarakat dengan tak henti-hentinya mengaktualisasikan dirinya dan beradaptasi dengan derasnya arus komunikasi dunia.
2. Dalam dunia desain, seringkali strategi komunikasi luput dari perhatian praktisi desain sehingga perancangan *brand identity* hanya berfokus pada segi estetika saja, dengan adanya penelitian ini disarankan praktisi desain lebih memperhatikan segi komunikasi dalam perancangan asset visual.