



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Maskot Si Domar berfungsi sebagai representasi visual yang kuat untuk merek Indomaret, memanfaatkan elemen-elemen visual untuk menyampaikan makna dan citra perusahaan secara efektif. Warna biru, kuning, dan merah pada maskot berperan sebagai qualisign, mengaitkan maskot secara langsung dengan identitas visual Indomaret. Desain maskot yang bulat, imut, dan ekspresi wajah yang ceria mengkomunikasikan kesan ramah dan mudah diakses, sejalan dengan citra Indomaret sebagai tempat belanja yang nyaman dan bersahabat.

Penampilan Si Domar, baik dalam promosi atau di lingkungan toko, berfungsi sebagai sinsign yang memperkuat hubungan emosional konsumen dengan merek. Pakaian maskot yang mirip dengan seragam karyawan Indomaret mempertegas identitas merek dan profesionalisme. Selain itu, kehadiran Si Domar dalam berbagai konteks promosi dan kemasan produk memberikan makna tambahan yang relevan, memperkuat pesan merek Indomaret dan meningkatkan ingatan konsumen terhadap brand.

Visualisasi Si Domar yang terinspirasi oleh semut menambahkan dimensi filosofis, mencerminkan nilai-nilai seperti kepedulian, kerjasama, dan disiplin, yang dapat diterapkan pada pengalaman berbelanja di Indomaret. Maskot ini mencerminkan sikap pelayanan yang positif dan dedikasi karyawan Indomaret,

menciptakan gambaran bahwa perusahaan memiliki nilai-nilai yang tinggi dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan.

## **5.2 Saran**

Semiotika adalah studi tentang makna keputusan. Tanda-tanda dan proses tanda (semiosis), indikasi, kesamaan, analogi, metafora, simbolisme, makna, dan komunikasi. Berdasarkan penelitian dan penarikan kesimpulan yang sudah dilakukan, maka penulis penulis menyampaikan beberapa saran.

Diharapkan untuk bisa digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin menganalisis dengan menggunakan teori Charles Sanders Peirce, dan juga sebagai bahan pembandingan untuk penelitian lainnya.

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, bagaimanapun pasti terdapat perbedaan pendapat didalamnya. Penulis berharap para civitas akademika lainnya agar semakin teliti dalam menganalisis setiap permasalahan semiotika.

Saran untuk PT. Indomarco Prismatama, untuk lebih melibatkan maskot Si Domar di acara-acara untuk menarik dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat, memaksimalkan media sosial untuk mengenalkan Si Domar. Mengadakan pelatihan untuk karyawan mengenai pentingnya maskot dari perusahaan dan bagaimana mereka dapat mencerminkan nilai-nilai yang diwakili oleh maskot Si Domar. Dengan Mengadakan kolaborasi, diharapkan maskot Si Domar dapat terus menjadi representasi yang kuat dan efektif dari brand Indomaret, memperkuat citra positif di mata pelanggan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Indomaret.

