

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa setiap dimensi logo Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin memperoleh penilaian yang cukup positif dari mahasiswa. Dimensi penampilan ekspresif menunjukkan kategori tinggi, yang berarti logo mampu merepresentasikan ekspresi simbolik dan nilai-nilai yang relevan dengan identitas mahasiswa. Dimensi manfaat fungsional juga berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa mahasiswa menilai logo tersebut memiliki kegunaan nyata serta mampu mencerminkan kualitas dan reputasi universitas. Selanjutnya, dimensi estetika termasuk dalam kategori sangat tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa secara visual logo dianggap menarik, harmonis, dan enak dipandang. Terakhir, dimensi identifikasi logo juga berada pada kategori sangat tinggi, yang menegaskan bahwa logo dinilai mampu menciptakan rasa memiliki, kebanggaan, dan keterikatan mahasiswa terhadap universitas.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa mahasiswa pada umumnya memiliki tingkat komitmen termasuk dalam kategori tinggi terhadap kampus serta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam menjalani statusnya sebagai bagian dari universitas. Meskipun demikian, komitmen tersebut berpotensi mengalami penurunan apabila dihadapkan pada kondisi tertentu, seperti adanya kenaikan biaya Uang Kuliah Tunggal (UKT). Secara umum, temuan ini menunjukkan bahwa tingkat komitmen mahasiswa terhadap universitas berada

pada kategori yang cukup baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo UIN Antasari Banjarmasin berpengaruh terhadap komitmen mahasiswa melalui penampilan ekspresif, manfaat fungsional, dan identifikasi logo, sedangkan aspek estetika tidak berpengaruh signifikan. Logo yang mampu mengekspresikan nilai pribadi mahasiswa dan memberi manfaat nyata, seperti kualitas pendidikan dan reputasi kampus, mendorong keterikatan emosional, loyalitas, dan kebanggaan mahasiswa. Secara keseluruhan, ketiga dimensi tersebut menjelaskan lebih dari separuh variasi komitmen mahasiswa, sehingga logo universitas terbukti memiliki peran penting dalam membangun loyalitas dan keterikatan mereka terhadap institusi.

B. Saran

Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden, misalnya dengan membandingkan beberapa universitas negeri maupun swasta, guna melihat apakah pengaruh logo terhadap komitmen mahasiswa berbeda tergantung pada konteks institusi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen angket. Peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan pendekatan kualitatif atau *mixed methods* agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi mahasiswa terhadap logo universitas, termasuk faktor budaya, emosional, dan pengalaman personal yang tidak tergali

melalui kuesioner tertutup.

Penelitian ini hanya menguji tiga dimensi dari logo, yaitu penampilan ekspresif, manfaat fungsional, dan estetika. Penelitian mendatang disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti *brand image*, *brand trust*, atau *sense of belonging*, yang juga dapat memediasi atau memoderasi hubungan antara logo dan komitmen mahasiswa.

Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan untuk menganalisis dinamika perubahan logo universitas dari waktu ke waktu, dan dampaknya terhadap persepsi serta keterikatan mahasiswa lintas generasi. Hal ini penting dalam konteks *rebranding* atau penyegaran identitas visual institusi pendidikan tinggi.