

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan perancangan yang diperoleh dari Desain Identitas Visual Toko Oleh-oleh Berkah bertujuan untuk menjadikan identitas visual yang baik bagi Toko Oleh-oleh Berkah serta dapat menjadikan desain logo ini sebagai pembeda dari usaha yang memiliki nama yang sama seperti berkah, dan juga dapat menjadikan identitas yang mudah untuk dikenali oleh audiens maupun calon audiens. Perancangan ini dirancang dengan sedemikian rupa untuk menjadikan pembeda bagi perusahaan yang memiliki nama yang sama dengan merancang identitas visual berupa logo dan *tagline*. Berdasarkan perancangan dan penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Desain Identitas Visual Toko Oleh-oleh Berkah menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori proses identitas merek universal yang ditulis oleh Alina Wheeler. Tahapan yang dilakukan dalam perancangan menggunakan teori Alina Wheeler ini ada lima tahapan diantaranya: Melakukan riset, Merancang Strategi, Desain Identitas, Menciptakan titik sentuh, Mengatur aset. Pada tahapan Melakukan Riset yaitu mengetahui dan memahami perusahaan seperti mengetahui visi, misi, target audiens, kekuatan, keunggulan beserta kelemahan dari perusahaan tersebut. Pada tahapan riset penulis melakukan wawancara, observasi, serta studi literatur dan juga melakukan analisis SWOT kepada perusahaan

Toko Oleh-oleh Berkah yang bertujuan agar bisa mengetahui esensi dari perusahaan oleh-oleh ini serta memahami bagaimana oleh-oleh ini cocok dapat bersaing dengan toko oleh-oleh lainnya. Pada tahapan menciptakan titik sentuh data perusahaan yang sudah di Analisa kemudian dibuat menjadi kompleks sehingga dapat menentukan posisi yang kemudian membuat ringkasan merk berupa *moodboard*. Pada tahapan Desain Identitas ketika perusahaan sudah menyepakati perancangan yang dibuat seperti proses desain kreatif pembuatan logo, tipografi, warna dan *tagline*. Perancangan tersebut akan dibuat di fase ini. Pada tahapan Menciptakan Titik Sentuh Penyelesaian desain dan mengembangkan tampilan identitas visual perusahaan yang telah dirancang oleh penulis yang kemudian dimasukkan ke dalam media-media pengaplikasian. Pada tahapan terakhir yaitu Mengatur Aset identitas visual dari perusahaan yang sudah di aplikasikan akan dikembangkan kedalam sebuah pedoman berupa *visual identity guideline*.

- b. Dihasilkan desain identitas visual Toko Oleh-oleh Berkah berupa logo yang terbentuk dari gabungan picture mark dan letter mark. Logo tersebut menggunakan kombinasi *symbol*, tipografi, dan warna yang sesuai dengan visi-misi perusahaan serta dilengkapi dengan *tagline* “Kebaikan dari buah tangan khas kuningan”, desain tersebut kemudian dikombinasikan dengan media penunjang yakni X-Banner, T-Shirt, Desain Kemasan, Kantong Kertas, Kantong Plastik, Stiker, Flyer, Signage.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang perlu dikembangkan dari perancangan identitas visual ini sebagai berikut:

### a. Bagi Perusahaan

Diharapkan logo dan *tagline* ini diterapkan secara konsisten pada media-media yang ada pada Toko Oleh-oleh Berkah. Selanjutnya semoga Toko Oleh-oleh Berkah dapat mengembangkan desain logo ini kepada media-media yang tidak dibuat oleh perancang serta diharapkan pada proses pengaplikasian pada media baru dapat sesuai dengan panduan yang telah perancang buat sehingga membuat logo tersebut konsisten.

### b. Bagi Akademik

Penelitian dan perancangan ini semoga dapat dijadikan sumber literatur bagi peneliti lain untuk kebutuhan penelitian/perancangan berikutnya khususnya dalam bidang desain komunikasi visual universitas kuningan, yang memiliki penelitian yang serupa.

