

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan identitas visual pada Davinda Watch Gallery, dapat disimpulkan bahwa desain identitas visual memegang peran penting dalam membentuk citra, memperkuat nilai merek, serta membangun komunikasi visual yang konsisten kepada target audiens. Melalui tahapan analisis, pengumpulan data, dan eksplorasi visual, identitas visual dirancang dengan mempertimbangkan aspek estetika dan fungsional, meliputi elemen logo, warna, tipografi, serta aplikasi media promosi.

Logo Davinda Watch Gallery dirancang dengan pendekatan visual yang mencerminkan karakter eksklusif, elegan, dan modern. Penggunaan warna emas dan hitam memberikan kesan mewah dan premium, sesuai dengan positioning brand sebagai penyedia produk jam tangan branded dengan harga terjangkau. Tipografi yang digunakan dipilih berdasarkan keterbacaan dan karakter visual yang mampu merepresentasikan nilai brand secara tepat.

Proses perancangan ini menghasilkan sistem identitas visual yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki landasan konseptual yang kuat, sehingga mampu memperkuat brand awareness dan membedakan Davinda Watch Gallery dari kompetitor sejenis di pasar yang sama.

#### **5.2 Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian dan perancangan ini, baik untuk pihak terkait maupun untuk pengembangan di masa mendatang, adalah sebagai berikut:

1. Untuk Pihak Davinda Watch Gallery, disarankan untuk menerapkan secara konsisten identitas visual yang telah dirancang, baik dalam media digital maupun cetak. Konsistensi penerapan elemen visual akan memperkuat citra brand dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. Dalam Penerapan Brand Guideline, disarankan agar pihak Davinda Watch Gallery melakukan edukasi internal kepada tim desain dan pemasaran terkait penggunaan

elemen visual secara tepat. Hal ini bertujuan agar seluruh output visual brand tetap sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, serta mencegah terjadinya inkonsistensi di berbagai media promosi.

3. Dari Sisi Akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau studi kasus dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam hal perancangan identitas visual untuk brand lokal dengan pendekatan yang strategis dan konseptual.

