

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual clothing line Wizz of Denim. Brand Wizz of Denim bergerak dalam bidang fashion yang menyediakan berbagai produk fashion yang mengikuti trend serta kualitas produk yang terjamin. Konsep yang diusung dalam perancangan ini berasal dari penjabaran *key communication message* yaitu “percaya diri”. Pemilihan konsep tersebut didasari atas hasil observasi, wawancara, studi literatur, dan studi kompetitor. Konsep “*Caring*” bermakna bahwa Wizz of Denim memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas dan kuantitas produk serta dapat bersaing dalam ranah Nasional maupun Internasional. Konsep “percaya diri” diterapkan dalam implementasi perancangan logo, warna, font, dan elemen grafis. Yang di dituangkan dalam buku pedoman perusahaan yaitu Graphic Standar Manual (GSM) serta pengaplikasian identitas visual Wizz of Denim pada media pendukung yaitu *merchandise, banner, poster, sosial media, signage, stationery* dan *packaging*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dalam perancangan identitas visul brand Wizz Of Denim yang telah dilakukan, maka adapun saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pembaca, hasil dari perancangan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terkait visual dan branding sehingga mampu merancang visual yang lebih baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat lebih mengeksplorasi lagi mengenai font dan visual branding yang sudah di buat penulis dengan cara pandang dan visual yang berbeda.