

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui penelitian tugas akhir ini, peneliti membuat kesimpulan bahwa perancangan identitas visual memiliki peran yang sangat penting dalam konteks perusahaan. Pembentukan unsur yang konsisten dan solid untuk citra kongsi serta pesan merek menjadi kunci keberhasilan. Dengan memakai unsur serentak layaknya identitas visual, warna, tipografi, lalu palet dan gaya desain, serta logo merek dapat efektif menyampaikan pesan dari merek atau kongsi kepada khalayak umum maupun rekan bisnis. Identitas visual ini, yang terdokumentasi dalam buku GSM, berfungsi menjadi panduan bagi mempertahankan sifat konsistensi dalam pengaplikasian dan standarisasi mengenai rancangan *visual identity* Contag Indonesia. Melalui perancangan itu, maka dapat diraih kesimpulan:

1. *Visual identity* memiliki keharusan untuk dapat menggambarkan dengan jelas value, misi, dan visi serta tujuan dari kongsi. Sebuah desain harus dapat menampilkan dan mencerminkan hirarki yang bisa membedakan kongsi dari pesaing dan menonjolkan identitas merek secara baik. Hal diatas dapat berkontribusi dalam membuat kesadaran atas merek yang kokoh serta menguatkan ikatan secara emosional diantara kongsi dan pelanggan.
2. Umumnya *visual identity* perlu dirancang menggunakan aplikasi yang berkelanjutan di berbagai jenis sarana media dan saluran jangkauan komunikasi. Dengan desain yang adaptif memastikan konsistensi merek kongsi mampu dipertahankan di berbagai format penyebaran promosi, termasuk melalui platform media percetakan, maupun media digital, sampai dengan di platform sosial media.

3. Dengan memilih topik tugas akhir perancangan *visual identity*, peneliti mampu mendapatkan gambaran secara komprehensif tentang desain yang mencerminkan bentuk dan karakteristik sebuah kongsi.

5.2 Saran

Melalui hasil tugas akhir perancangan *visual identity* untuk Contag Indonesia, peneliti memiliki beberapa masukan yang sekiranya bisa disampaikan untuk perancang *visual identity* selanjutnya agar bisa ditingkatkan, antara lain:

1. Menetapkan serta mendalami kepribadian kongsi, dan mengenal sasaran penonton dengan memahami referensi, kepribadian demografis, dan *lifestyle* mereka. Mungkin kabar ini dapat meringankan anda dalam menciptakan sebuah desain visual yang memikat serta sesuai dengan kebutuhan audiens.
2. Identitas *Visual identity* dapat berkembang seiring waktu, dan ini merupakan proses alami. Alangkah baiknya untuk tetap mewaspadaikan tren desain setiap tahunnya dan evaluasi *visual identity* Anda secara berkala. Lakukanlah transformasi dan penyesuaian seperlunya agar tetap sesuai dan menarik audiens Anda.

Dengan mencoba mengikuti saran berikut, Anda mampu menjadi perancang *visual identity* yang kokoh, konsisten, ringkas, dan membedakan merek Anda dengan baik.