Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pos Indonesia sebagai perusahaan jasa pengiriman surat dan paket yang paling berpengalaman di Indonesia. Dari hasil penelitian, penulis mendapatkan hasil yaitu persepsi masyarakat Indonesia terhadap Pos Indonesia merupakan jasa pengiriman surat saja. Ditengah marak *e-commerce* yang menggunakan jasa pengiriman barang, penulis tertarik untuk melakukan perancangan ulang identitas visual Pos Indonesia untuk memperbaiki permasalahan yang dialaminya. Pos Indonesia mengakui bahwa identitas visual dari Pos Indonesia di era sekarang ini sudah tidak lagi relevan, dibuktikan juga dari hasil observasi yang sudah penulis lakukan.

Untuk mengatasi masalah yang dialami Pos Indonesia, penulis tertarik untuk merancang ulang identitas Pos Indonesia. Data yang sudah penulis peroleh menjadi pertimbahangan untuk memilih jenis visual yang sesuai. Oleh karena itu, penulis mengemas desain identitas visual Pos Indonesia yang sudah dibuat dalam sebuah *Graphic Standard Manual* untuk mengatur pengaplikasiannya. Selain itu juga, Pos Indonesia merupakan aset negara yang berharga, yang jika tidak diperbaiki banyak kompetitor baru yang nantinya akan mengalahkannya dan Pos Indonesia hanya menjadi bagian dari sejarah Indonesia.

Oleh karena itu, penulis berharap perancangan ulang identitas visual yang dilakukan dapat menjadi manfaat, yaitu :

Perancangan Ulang Identitas..., Kevin Calviadi Prijatna, FSD UMN, 2018

1. Pihak Pos Indonesia dapat melihat gambaran identitas visual yang sudah penulis buat yang dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi.

2. Mengiring persepsi masyarakat terhadap Pos Indonesia sebagai perusahaan yang bukan saja berfokus kepada surat, melainkan juga paket.

3. Meninggkatkan kesan *brand* yang positif terhadap Pos Indonesia terhadap fasilitas dan pelayanan yang dimiliki.

5.2. Saran

Kepada mahasiswa desain grafis yang nantinya mengambil topik tugas akhir mengenai identitas visual, ada beberapa saran yang penulis sampaikan, yaitu:

1. Memiliki pemahaman mengenai *branding* secara lebih agar mendukung proses tugas akhir. Bukan hanya secara visual, melainkan makna dari visual yang nantinya akan dibuat.
2. Giat dalam mencari bentuk referensi dan melakukan eksplorasi visual yang terbaik, khususnya mengenai identitas visual. Jika desainer dapat membandingkan referensi visual yang baik, maka hasil visual yang nantinya akan dibuat juga akan menjadi baik juga.
3. Memiliki *timeline* yang baik dalam perancangan tugas akhir. Hal ini baik dilakukan agar pengerjaan dapat sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.

Perancangan Ulang Identitas..., Kevin Calviadi Prijatna, FSD UMN, 2018