



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.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Avidis Purified water merupakan air minum demineral dalam kemasan yang sudah berdiri sejak 2009 dan didirikan oleh Frans Halimawan. Produk *Avidis Purified water* merupakan air demineral yang diproduksi oleh PT. Berkah Karya Tirta yang berlokasi di Subang, Jawa Barat. Produk *Avidis Purified water* awalnya merupakan air minum yang di produksi untuk dipasarkan ke rumah sakit sebagai kebutuhan konsumsi pasien rumah sakit. Namun pada tahun 2015 terjadi ekspansi pasar air minum *Avidis* yang awalnya hanya dipasarkan untuk rumah sakit, kini dipasarkan kepada masyarakat umum. Hal ini menunjukkan bahwa *Avidis* mengalami perkembangan bentuk usaha dari B2B menjadi B2C. Ini merupakan salah satu alasan bahwa *Avidis* membutuhkan identitas yang baru untuk dapat menyampaikan visi dari *brand* kepada konsumen yang baru. Berdasarkan proses *conducting research*, penulis juga menemukan kekeliruan *brand positioning* *Avidis* yang terbentuk di masyarakat, dari hasil diskusi *forum group discussion* yang menunjukkan bahwa identitas *Avidis* tidak menunjukkan sebagai air minum demineral. Hal lain yang menunjukkan kebutuhan *Avidis* untuk identitas baru adalah data yang menunjukkan *brand awareness* *Avidis* yang masih rendah.

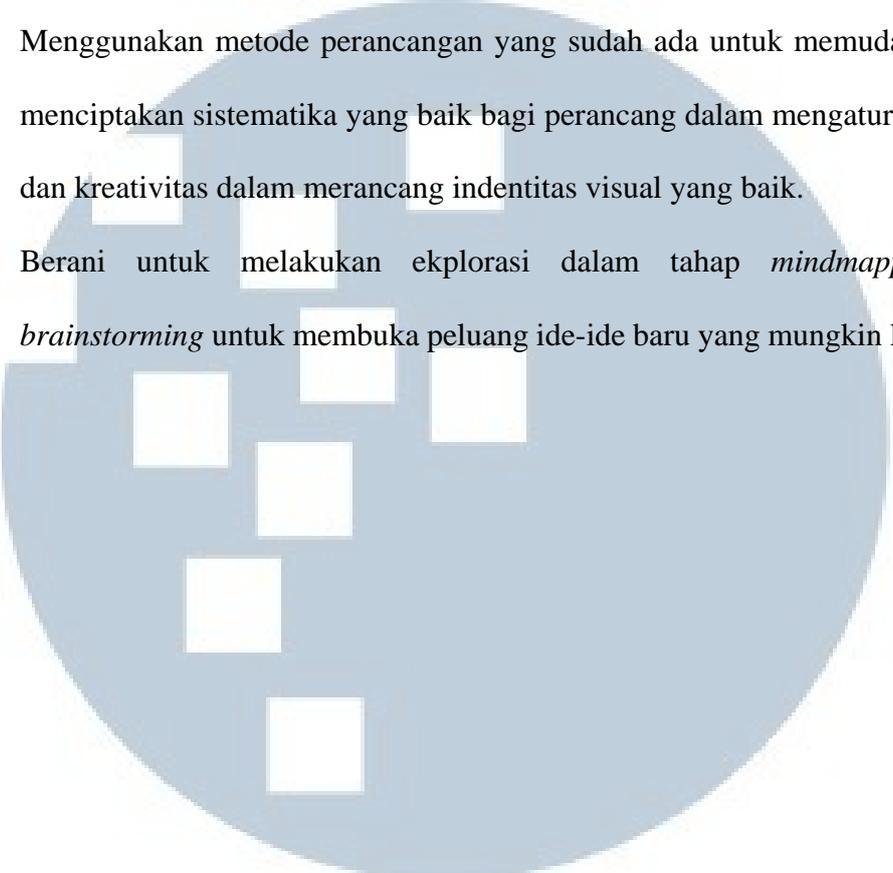
Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka penulis melakukan perancangan identitas visual *Avidis Purified water* yang baru dengan harapan dapat

memperkuat *positioning* dan *brand awareness* Avidis Purifies Water sebagai salah satu produk air demineral Indonesia dengan kualitas terbaik di Indonesia. Dengan data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis sebagai bahan *mindmapping* dan *brainstorming*, penulis merancang identitas visual yang baru yang terdiri dari logo, warna, tipografi dan supergrafi yang kemudian identitas visual tersebut diterapkan ke dalam media komunikasi *brand*. Penulis juga merancang *Graphic Standard Manual* yang isinya membahas mengenai identitas visual baru yang dirancang, mengatur tata cara penggunaan dan pengaplikasi identitas visual dalam media *company documents*, *packaging*, media komunikasi dan *merchandise*. *Graphic Standard Manual* diharapkan dapat membantu brand Avidis dalam penggunaan identitas yang baru. Dengan visual yang baru diharapkan tidak hanya meningkatkan penjualan produk Avidis dalam perluasan bentuk usaha yang baru, namun Avidis dapat menghidupi dan membagikan nilai-nilai yang ditawarkan oleh *brand* Avidis melalui setiap produk air minum dalam kemasannya dan meningkatkan kepedulian masyarakat Indonesia untuk hidup lebih sehat melalui air minum.

5.2. Saran

Berikut adalah saran yang dapat penulis berikan untuk peneliti lain yang hendak melakukan penelitian mengenai identitas visual produk air minum dalam kemasan:

1. Mengetahui dan memahami setiap fungsi dan makna setiap jenis identitas visual dan elemen-elemen desain. Pemahaman ini akan membantu dalam eksplorasi perancangan identitas yang baik bagi menciptakan entitas *brand* yang kuat.

- 
2. Menggunakan metode perancangan yang sudah ada untuk memudahkan dan menciptakan sistematika yang baik bagi perancang dalam mengatur alur kerja dan kreativitas dalam merancang identitas visual yang baik.
 3. Berani untuk melakukan eksplorasi dalam tahap *mindmapping* dan *brainstorming* untuk membuka peluang ide-ide baru yang mungkin lebih baik.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA