

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Pabrik AMDK Bolesa sudah berdiri sejak tahun 1999 diketahui masih belum menanam konsistensi pada identitas visualnya. Hal ini dapat mempengaruhi penjualan produk kedepannya. Identitas visual yang digunakan pada Bolesa masih berbeda-beda jika dilihat dari kemasan yang disediakan seperti kemasan galon, botol plastik, dan gelas plastik. Membangun konsistensi di dalam desain suatu identitas visual sangat penting karena dapat membantu memperkuat merek produk dengan membangun kepercayaan dengan pelanggannya dan memastikan pesan merek tetap jelas. Tidak sedikit konsumen yang berpesan agar Bolesa membuat identitas yang lebih baik lagi. AMDK Bolesa memiliki banyak potensi untuk kembali berkembang di era pemasaran yang semakin modern ini. Bolesa memiliki nilai yang ingin selalu dijaga yaitu untuk menjamin kepuasan konsumen dengan memproduksi air yang benar-benar berkualitas.

Dengan adanya perancangan ulang identitas visual ini diharapkan AMDK Bolesa akan lebih konsisten sehingga dapat menghindari kekeliruan dari para konsumen. AMDK Bolesa diharapkan dapat membuat setiap konsumen puas dengan produksi air yang terjaga dan berkualitas. Dengan adanya perancangan ini juga dapat menjadi suatu hal baru yang dapat membedakan secara khusus AMDK Bolesa terhadap setiap kompetitornya. Penulis berharap perancangan ulang identitas visual AMDK Bolesa ini dapat memberikan manfaat dan dampak baik untuk kedepannya.

## 5.2. Saran

Menyusun dan melakukan perancangan identitas visual bukan merupakan suatu hal yang mudah, dengan membutuhkan adanya pencarian dan pemahaman yang matang dari segi sumber, data, dan pemikiran yang mendalam mengenai suatu *brand*. Dibutuhkannya narasumber tepercaya seperti ahli dari suatu *brand* yang akan diangkat. Melalui pencarian data yang dilakukan secara tepat dan cermat, maka kita dapat mengetahui apa saja sebab dan akibat serta dampak yang ditimbulkan dari permasalahan tersebut. Dari segala sesuatu yang berhubungan dengan brand, seperti nilai target sasaran desain yang ditunjukkan dan lain sebagainya. Setiap data yang diperoleh memiliki peran yang sangat penting dalam melakukan perancangan identitas visual.

Saran berikutnya, dalam melakukan sebuah perancangan identitas visual sangat disarankan untuk melakukan pencarian referensi yang dapat membantu dan memperkaya wawasan seorang desainer untuk menghasilkan sebuah karya identitas visual baru yang unik dan kreatif. Perancangan identitas yang baik adalah dengan adanya kesesuaian dari segala hasil *brand brief* dengan segala pengaplikasian media yang menggunakan sistem identitas visual yang telah dibuat dan ditentukan. Hal ini dapat mempengaruhi konsistensi dari setiap identitas visual pada pengaplikasian media yang dibutuhkan.