



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

Penggunaan *brand identity* yang efektif dapat memperkuat eksistensi suatu perusahaan di tengah persaingan pasar. Melalui *brand identity* dapat dibentuk suatu ciri khas atau identitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Dalam *brand identity* terdapat logo yang digunakan secara terus-menerus dan diaplikasikan ke dalam berbagai macam media yang digunakan sehingga masyarakat mudah mengenali dan merekamnya dalam benaknya.

Dalam membuat sebuah *brand identity* perlu memahami segala hal yang terkait dengan perusahaan, dalam hal ini PT. Arimbi Jaya Agung khususnya bus pariwisata, mulai dari latar belakang perusahaan, visi dan misi, serta karakter dari perusahaan tersebut. Konsep perancangan *brand identity* dari bus pariwisata Arimbi mengambil konsep dari penggunaan inisial “A” pada kata Arimbi yang kemudian dikembangkan dalam bentuk sebuah segitga sembarang yang menyerupai bentuk mahkota dan bagian kepala dari karakter Dewi Arimbi. Rancangan logo yang telah dibuat kemudian diterapkan pada media *stationery*, *merchandise*, *livery design* dan beberapa media yang dibutuhkan oleh perusahaan, diantaranya *sign system* dan seragam kerja. Penerapan media untuk *brand identity* harus disesuaikan dengan logo yang telah ditetapkan dalam GSM (*Graphic Standard Manual*) sehingga keselarasan dalam pengaplikasian logo ke dalam berbagai media dapat menciptakan suatu keselarasan.

5.2. Saran

Perancangan ini belumlah sempurna, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam perancangan yang dilakukan. Saran penulis kepada peneliti berikutnya yaitu dalam merencanakan atau ingin mengajukan suatu judul yang ingin diangkat menjadi sebuah *project* tugas akhir, harus bisa mengetahui trend desain yang sedang berlaku saat ini. Peneliti harus bisa menentukan desain yang sesuai dengan target *audience* yang sesuai dengan target pasar sehingga desain yang dibuat bisa diterima oleh *audience* nya. Dalam merancang sebuah *brand identity*, peneliti harus mencari tahu secara keseluruhan mengenai perusahaan tersebut dan memahami karakter yang akan dibentuk dalam *brand identity*

UMMN