



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Pada tahun 2003, Sokola Rimba didirikan untuk mewadahi pengenalan baca tulis dan pendidikan bagi Orang Rimba di Jambi. Seiring dengan berjalannya waktu, program-program yang dijalankan oleh Sokola terus berkembang hingga menjangkau 15 wilayah di Indonesia hingga saat ini. Pada tahun 2018, Sokola Rimba secara resmi berganti nama menjadi Sokola Institute bersamaan dengan pembaharuan visi dan misinya.

Perubahan ini didasari oleh penamaan Sokola Rimba yang tidak lagi dapat mewadahi program Sokola yang dapat merepresentasikan misi yang lebih luas. Hal ini juga diikuti oleh adanya penambahan misi Sokola di tahun 2018 untuk mengembangkan sektor wacana agar metode yang diciptakannya dapat digunakan oleh pihak lain, sehingga membantu pencapaian visi Sokola dalam menjangkau masyarakat adat di Indonesia.

Sokola Institute menjadi lembaga pendidikan non-formal pertama di Indonesia yang fokus terhadap pendidikan bagi masyarakat adat dan kaum marjinal dengan metode pembelajaran yang kontekstual dan ramah budaya. Keberadaannya yang penting dalam dunia pendidikan masyarakat adat di Indonesia perlu diikuti dengan pengorganisasian lembaga yang kuat, termasuk di dalamnya *brand* dari Sokola Institute itu sendiri.

Identitas terdahulu dari Sokola Institute yang tidak mengalami perubahan signifikan seiring dengan perubahan nama, visi, dan misinya tidak lagi merepresentasikan nilai-nilai yang sudah diperbaharui. *Rebranding* Sokola Institute difokuskan pada perancangan sistem identitas visual dengan pendekatan identitas di luar konteks kerimbaan, pencapaian kesan institusional, dan perancangan dengan mengacu pada *big idea* “Pendidikan Membumi yang Memberdayakan Diri”.

Melalui *rebranding*, identitas dan strategi komunikasi yang baru dapat mengkomunikasikan dan mempertahankan *brand* dari Sokola Institute secara efektif. Pengimplementasian *brand* yang terkomunikasikan dengan baik secara visual dan verbal dapat memberikan *image* yang sesuai dengan target audiens. Perancangan ini menghasilkan identitas baru yang menjawab masalah dari Sokola Institute yang ditetapkan, yakni *brand* dengan identitas yang sesuai dengan visi dan misinya yang telah diperbaharui.

5.2. Saran

Rebranding memiliki proses yang cukup panjang dimulai dari penentuan topik hingga perancangan akhir. Dalam penelitian, terdapat kemungkinan ditemukannya masalah-masalah yang beragam dan bercabang, sehingga pengerucutan masalah perlu dipertimbangkan berdasarkan beberapa hal, seperti kepentingan masalah, kemungkinan penyelesaian masalah dalam konteks visual, dan durasi waktu yang diperlukan.

Permasalahan lain yang seringkali dihadapi seiring proses perancangan yakni berkaitan dengan waktu dan idealisme. Pengaturan *timeline* kerja yang tepat dan diikuti dengan baik akan sangat membantu dalam perancangan agar hasil karya

dipersiapkan dengan baik pada waktunya. Idealisme dalam pembuatan karya juga perlu diimbangi dengan pertimbangan waktu, agar tidak terlalu lama fokus pada salah satu tahap perancangan saja.

Dalam konteks *rebranding* untuk *nonprofit*, terdapat perbedaan terhadap perancangan untuk *brand* dengan jenis *for profit*. Perbedaan tujuan dan kepentingan pada *brand nonprofit* membuat hasil akhir dari perancangan memiliki ruang lingkup yang kemungkinan lebih terbatas dibanding perancangan untuk *brand for profit* yang cenderung eksploratif. Mengingat *brand nonprofit* didasari oleh visi dan tujuan tertentu yang mengarah pada misi sosial, penulis menyarankan untuk tetap memperhatikan aspek *appropriation*, khususnya jika perancangan memiliki konteks budaya. Hal ini penting dalam menghasilkan perancangan yang sesuai dengan kaidah dan konteksnya.

Mengingat proses perancangan yang sangat panjang dan dilakukan secara individu, ada kalanya selama prosesnya dirasa jenuh dan mengalami *creative block*. Oleh karena itu, penulis juga menyarankan kepada peneliti di masa mendatang untuk tidak sungkan menanyakan saran/pendapat kepada orang lain, baik sesama desainer atau non-desainer, agar perancangan yang dibuat berada pada alur dan arah yang diharapkan. Penelitian ini terbuka untuk dilanjutkan atau dijadikan referensi bagi peneliti lain di kemudian hari yang akan melakukan *rebranding* serupa, khususnya *branding* untuk *nonprofit*.