



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

Perancangan tugas akhir yaitu perancangan identitas visual Museum Prangko Indonesia dimulai dengan mengetahui permasalahan yang ada. Sebuah identitas visual harus didasari oleh *value* yang ingin disampaikan oleh *brand* tersebut. Namun, Museum Prangko Indonesia tidak memiliki identitas visual yang dapat mencerminkan nilai-nilai tersebut.

Melalui wawancara dengan pengawas Museum Prangko Indonesia, museum tersebut tidak memiliki identitas visual yang pasti, sehingga tidak ada ciri khas yang dapat mencerminkan museum ini. Perancangan dari identitas visual dilakukan dengan metode perancangan dari Alina Wheeler dalam bukunya *Designing Brand Identity* (2018). Metodologi Wheeler membagi perancangan identitas visual menjadi lima tahap: *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints* dan *managing assets*.

Dimulai dari pencarian data dengan melakukan observasi langsung, wawancara dan studi eksisting. Kemudian dari data yang sudah didapatkan dikonstruksikan menjadi ide berupa konsep dan *keywords* yaitu *intellectual* yang berarti terpelajar dan *reminiscence* yang berarti kenangan. Visual pun kemudian dirancang dan dikompilasikan menjadi *graphic standard manual*.

Dari perancangan ini disimpulkan identitas visual baru dari Museum Prangko Indonesia yang melingkupi logo, supergrafis, gaya penulisan, dan media utama serta sekunder. Logo yang dihasilkan menggunakan prinsip desain kesatuan dengan ikon *pictorial* logo yang bertumpuk untuk memberikan konsep arsip. Supergrafis merupakan modifikasi parsial dari logo yang kemudian dijadikan pola repetitif.

Media utama yang dihasilkan adalah *graphic standard manual*, sementara media sekundernya berupa *stationery*, *environment graphic design*, *media promotion*, dan *merchandise*. *Stationery* berupa kop surat, faksimili, amplop, folder, kartu bisnis, buku catatan, stempel, tiket masuk, dan kartu identifikasi. *Environment graphic design* berupa seragam karyawan, penanda toilet, dan penanda parkir. *Media promotion* berupa pamflet, poster, dan brosur. *Merchandise* berupa pin, tatakan gelas, penghapus & pensil, kartu pos, *goodie bag*, *tote bag*, cangkir, topi, dan stiker mobil. Diharapkan dengan adanya perancangan ini, Museum Prangko Indonesia dapat mendapatkan tampilan baru yang memiliki nilai konsistensi dengan identitas yang digunakan.

5.2. Saran

Dalam perancangan identitas visual Museum Prangko Indonesia, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan oleh penulis, yaitu:

1. Perbanyak pengumpulan informasi dalam melakukan perancangan idenyitas visual agar dapat mengidentifikasi masalah pada *brand* dengan lebih mendalam.

2. Perbanyak eksplorasi referensi visual serta pembuatan alternatif agar dapat menemukan identitas visual yang sesuai dan cocok dengan konsep yang ingin dicapai dalam perancangan.
3. Buatlah *deadline* dari setiap tahap proses perancangan. Dengan adanya *time management* yang baik, maka proses perancangan juga dapat dilakukan secara maksimal.
4. Melakukan proses bimbingan setiap kali terdapat progres pada perancangan agar arahan dari perancangan tetap dapat diajaga konsistensinya.