

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Di Jakarta, banyak ditemui hewan peliharaan yang ditelantarkan oleh pemiliknya di jalanan, sehingga berakhir pada *shelter*. Salah satu contohnya adalah Pejaten Shelter, yayasan nirlaba yang bergerak di bidang penyelamatan hewan terlantar di Pejaten, Jakarta Selatan. Pada awalnya, lembaga berjalan sebagai organisasi penyelamat hewan dan tempat penampungan. Tetapi, karena jumlah adopsi yang sedikit, fokus organisasi bergeser ke mengedukasi masyarakat tentang pemeliharaan hewan yang bertanggung jawab. Kini, pendirinya ingin menampilkan Pejaten Shelter bukan hanya sebagai sekadar *shelter*, tetapi juga sebagai pusat edukasi yang mengajari masyarakat tentang tanggung jawab dalam memelihara hewan.

Namun, masih terjadi kesalahan persepsi pada masyarakat. Hasil FGD dengan beberapa pecinta binatang menunjukkan bahwa entitas terkesan hanya sebagai sekadar tempat penampungan hewan. Ada juga beberapa anggapan negatif seperti *hoarder*. Selain itu, ditemui juga masalah pada logo yaitu terkesan seperti *pet shop*. Persepsi ini tentu tidak sesuai dengan Pejaten Shelter saat ini yang tidak hanya sekadar tempat penampungan hewan terlantar, melainkan juga sebagai pusat edukasi. Persepsi masyarakat akan Pejaten Shelter perlu diperbarui agar sesuai dengan semangat entitasnya saat ini. Dibutuhkan *branding* yang tepat agar citra sebagai pusat edukasi tercapai. Oleh karena itu, penulis melakukan

revitalisasi *brand* melalui perancangan ulang *brand identity* bagi Pejabat Shelter. Identitas yang sesuai akan menyampaikan cerita organisasi dengan baik, sehingga menarik para *audience* untuk melakukan kebaikan melalui organisasi.

Penulis mencari data yang diperlukan dalam perancangan lewat riset seperti wawancara, FGD, observasi, studi eksisting, dan studi referensi. Kemudian, penulis merancang suatu sistem identitas visual baru berdasarkan ide kasih sayang ibu. Identitas visual yang dirancang antara lain berupa logo, supergrafis, tipografi, dan juga pengaturan sistem identitas visual. Seluruh hal itu dimasukkan ke dalam *graphic standard manual* yang berisi tata cara penggunaan sistem identitas.

5.2. Saran

Merancang identitas visual yang menggambarkan organisasi dengan tepat dan relevan dengan *audience* tidak mudah. Diperlukan proses penelitian untuk mengetahui lebih dalam tentang lembaga tersebut. Selain itu, preferensi *audience* juga perlu dipahami untuk menciptakan identitas yang efektif. Riset dapat dilakukan dengan cara seperti wawancara, observasi, studi referensi, dan lain-lain.

Dalam mencerna suatu gambaran visual, dapat terjadi perbedaan persepsi pada setiap orang yang membuat suatu gambar diinterpretasikan sebagai hal yang berbeda-beda. Untuk meminimalisir terjadinya hal tersebut, perancang perlu mempelajari anatomi visual dari hal yang akan digambarkan. Hal ini diperlukan supaya rancangan yang diciptakan dapat diidentifikasi dengan mudah oleh *audience*, sehingga pesan yang dituju tersampaikan dengan efektif.