

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Indonesia memiliki banyak sekali para talenta olahraga, olahraga sendiri merupakan sebuah kegiatan yang melatih tubuh baik. Para atlet Indonesia yang berbakat mendapat dukungan dalam kegiatan olahraganya oleh negara melalui Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI). KONI sendiri memiliki tugas pokok dalam pengkoordinasian, pelaksanakan pembinaan untuk mewujudkan presetasi keolahragaan nasional yang mengarah kepada tercapainya prestasi internasional, KONI melakukan hal ini untuk persatuan dan kesatuan nasional demi meningkatkan harkat dan martabat bangsa Indonesia melalui prestasi atlet. Dimulai dari awal terbentuknya KONI untuk menunjukkan jati diri bangsa melalui olahraga di masa kolonial hindia belanda hingga kini dan tentunya KONI mengalami permasalahan dari waktu ke waktu.

Pada kasus yang terjadi di tahun 2019 karena kepemimpinan yang korupsi, hal ini membuat citra KONI menjadi jelek sehingga membuat masyarakat kehilangan kepercayaan pada KONI untuk melakukan kepengurusan di bidang olahraga. Pada perancangan ini dibuat sebuah identitas KONI yang baru, sebuah wajah dan semangat baru yang ditunjukan oleh KONI utnuk tampil sebagai organisasi olahraga yang dapat dipercaya dalam mengurus keolahragaan Indonesia.

Dalam merancang ulang identitas visual KONI ini, proses yang dilakukan oleh penulis adalah proses yang sama yang dituliskan oleh Alina Wheeler dalam bukunya *Designing Brand Identity* (2018) yaitu *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints* dan *managing assets*. Hasil dari perancangan ini tentunya adalah identitas visual.

Segala perancangan yang sudah dilakukan pada brand KONI dicantumkan kedalam sebuah buku panduan grafis atau *graphic standart manual* untuk memberikan konsistensi pada brand, untuk mempertahankan esensi yang ada pada *brand* kedepannya, walaupun mungkin akan digunakan pendekatan yang berbeda.

5.2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan kepada penulis atau peneliti lain yang ingin mengangkat *brand* olahraga khususnya sebuah organisasi untuk dilakukan sebuah revitalisasi *brandnya* adalah sebagai berikut:

1. Penulis terlebih dahulu melakukan riset untuk mengetahui segala jenis informasi yang ingin dan perlu didapatkan atau diketahui, dalam hal ini dapat dilakukan dengan observasi, wawancara dan juga kuisioner. Keseluruhan data yang didapatkan lalu diolah kembali menjadi sebuah akar kreatif berupa mindmap yang akan menghasilkan banyak ide.
2. Penulis harus mengerti arah dan tujuan dari revitalisasi brand, melalui riset yang sudah dilakukanlah seharusnya penulis akan mendapatkan arahan perancangan.

3. Penulis harus mengerti bahwa perancangan identitas visual tidak berhenti dan selesai pada logo, logo hanyalah langkah awal dari proses pembuatan. Keseluruhan sistem visual lah yang membuat sebuah brand memiliki identitas.