



### **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

Kerajinan kayu di Indonesia memang memiliki pesonanya tersendiri, terlebih lagi perjalanan historis kebudayaan ini yang sudah ada semenjak ratusan tahun yang lalu. Meski demikian, budaya ini terus tergeser oleh perkembangan jaman yang semakin modern, menjadikan masyarakat Indonesia semakin melupakan kebudayaan negara termasuk kerajinan kayu. Hal ini tentunya berdampak pada para pelaku kerajinan kayu, menjadikan mereka kehilangan semangat dan ambisi merekanya untuk dapat melestarikan budaya yang selama ini mereka pegang teguh. Di sini Sanoesa hadir sebagai solusi yang menghubungkan para pengrajin dengan masyarakat kembali, sebagai fasilitator utama yang memberikan pengrajin wadah untuk berkreasi tanpa melupakan kebudayaan. Pemberdayaan limbah kayu bekas tidak terpakai lagi sebagai material utama produksi setiap barang ciptaan Sanoesa juga patut diapresiasi, meminimalisir limbah tidak terpakai menjadi sebuah produk bernilai dan berkualitas tinggi. Namun, inkonsistensi dan kompleksitas dari identitas perusahaan menjadi halangan besar bagi para pendiri Sanoesa dalam prosesnya mempromosikan serta menjaga *brand* untuk tetap berdiri kokoh.

Kurang maksimalnya perancangan identitas visual menjadikan Sanoesa berhenti mempromosikan *brand* secara total dari tahun 2017, yang mana apabila kondisi ini terus dibiarkan akan berdampak pada hilangnya eksistensi *brand* hingga terlupakan dari benak masyarakat. Hal ini tentu juga akan berdampak pada kesejahteraan para pengrajin kayu yang berada di bawah naungan Sanoesa, serta seluruh limbah kayu bekas yang terdapat di Desa Sukoharjo akan tetap menjadi sampah yang tidak akan dibudidayakan.

Perancangan ulang identitas visual Sanoesa dilakukan untuk dapat meningkatkan relevansi *brand* terhadap target audiensnya yang semakin

mengikuti perkembangan jaman, menciptakan kesan identitas visual yang lebih modern dan minimalis tanpa menghilangkan kesan nusantara dan etnis di dalamnya. Perancangan ini juga mencakup perubahan secara menyeluruh terhadap media-media sekunder perusahaan yang diharapkan dapat menunjang keberlangsungan *brand* baik secara internal maupun eksternal. Penulis juga melaksanakan perancangan *brand guidelines* sebagai pedoman pihak Sanoesa dengan harapan agar setiap desain yang telah dirancang dapat mencapai keselarasan visual yang konsisten dengan mengacu pada *big idea* yang telah ditetapkan, “*Enhance your Inner Classic in The Most Elegant Way Through The Beauty of Nusantara*”.

Dengan dilakukannya perancangan ulang identitas visual ini, diharapkan Sanoesa dapat kembali mempertahankan citra perusahaan secara keseluruhan dengan penyesuaian visual dengan target yang dituju. Diharapkan juga identitas visual baru dapat mencerminkan visi dan misi perusahaan, serta meningkatkan relevansi *brand* terhadap target audiens.

## 5.2 Saran

Proses perancangan ulang identitas visual memiliki durasi pengerjaan yang sangat panjang. Perancangan visual perusahaan tidak hanya terfokuskan pada tampilan visual saja, namun kita juga harus menyesuaikan setiap rancangan dengan konteks dan relasi yang kuat terhadap pihak yang kita tangani. Untuk meminimalisir terjadinya masalah dalam proses perancangan, maka diperlukan riset mendalam terhadap pihak serta masalah yang dialami oleh pihak tersebut, sehingga perancangan yang dilakukan menjadi tepat guna baik secara tampilan visual maupun pesan yang ingin disampaikan.

Bicara mengenai *branding*, penetapan batasan masalah juga merupakan hal yang sangat krusial. Pelaksanaan penelitian untuk mendapatkan data serta informasi yang akurat terkait target yang dituju oleh pihak tertentu akan menjadi sebuah pedoman utama perancangan. Apabila batasan masalah atau target perancangan tidak sesuai dengan target *brand*, maka seluruh proses perancangan

akan menjadi sia-sia. Untuk meminimalisir hal tersebut, pelaksanaan pengumpulan data yang valid dan kredibel perlu dilakukan untuk mencapai keberhasilan yang dituju.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, perancangan identitas visual memakan waktu yang cukup lama, sehingga *time management* dan *to do list* adalah teman yang sangat berguna dalam masa-masa perancangan. Penentuan durasi waktu pengerjaan akan sangat berguna untuk dapat memanfaatkan waktu semaksimal mungkin, sehingga hasil yang diciptakan untuk perancangan visual juga akan menjadi lebih maksimal. Memiliki idealism yang tinggi dalam suatu perancangan merupakan hal yang baik, namun jangan biarkan hal tersebut menjadi halangan bagi kita untuk dapat memaksimalkan penggunaan waktu pengerjaan projek ini.

Dalam prosesnya, pasti kita sebagai desainer juga akan merasa jenuh dan mengalami *art block*, yang mana hal tersebut dapat teratasi apabila kita mau dan berlapang dada untuk mengajak diskusi orang-orang yang kredibel dan terpercaya. Perlu diingat bahwa perancangan identitas visual tidak kita lakukan untuk kepuasan diri sendiri, sehingga masukan dan saran dari pihak lain terhadap rancangan karya kita diperlukan untuk membuka perspektif baru dan menciptakan sebuah karya visual yang lebih relevan.

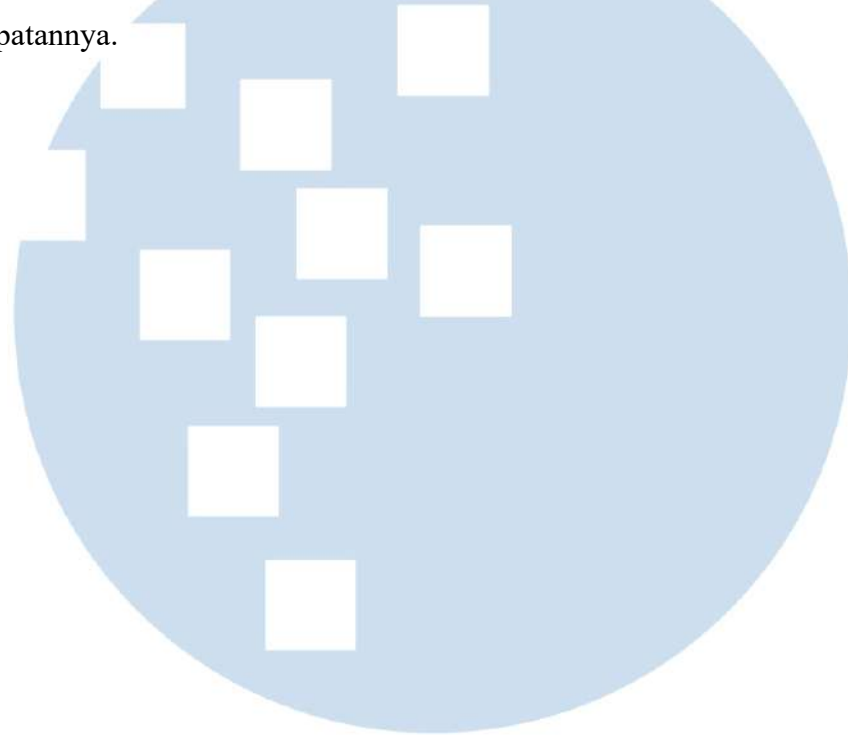
Dalam prosesi sidang akhir, penulis mendapatkan beberapa masukan dari ketua sidang yang dapat bermanfaat bagi keseluruhan rancangan identitas visual. Sebagai desainer, kita harus melihat kebutuhan dari berbagai perspektif yang berbeda, baik dari sudut pandang konsumen maupun klien yang kita tangani. Hal ini dapat bermanfaat sebagai tolak ukur dari pemenuhan kebutuhan yang dapat direalisasikan, sehingga desain yang kita buat dapat menjadi lebih berguna bagi klien dan lebih relevan dengan target audiens yang dituju. Untuk merancang sebuah logo juga diperlukan referensi yang banyak, yang mana setiap referensi logo tentunya memiliki penciptanya masing-masing. Sebagai sesama desainer yang menggunakan referensi logo milik orang lain sebagai salah satu contoh atau

pedoman dalam perancangan, alangkah baiknya apabila kita memberikan kredit terhadap pencipta logo pendahulu. Selain memberi rasa hormat kepada pencipta logo yang kita jadikan referensi, hal ini akan membuat kita sebagai desainer terlihat lebih kredibel. Dalam merancang identitas visual, salah satu langkah yang dapat dilakukan agar kita dapat mengetahui tingkat kegenerikan logo kita juga dapat dilakukan dengan melakukan observasi digital, seperti contohnya mengupload logo hasil karya kita ke ranah daring. Hal ini dilakukan agar kita dapat terus mengembangkan identitas visual rancangan kita menjadi lebih unik, meminimalisir kesamaannya dengan identitas visual lainnya di pasaran.

Melalui prosesi sidang akhir yang telah penulis lakukan bersama dosen penguji, juga didapatkan beberapa masukan yang dapat menyempurnakan keseluruhan perancangan karya ini. Apabila kita sebagai desainer ingin menggunakan *typeface* yang dapat ditemui secara daring di internet, pastikan untuk memberikan kredit bagi penerbit atau pencipta *type* tersebut. Hal ini perlu dilakukan sebagai bentuk apresiasi yang dapat kita lakukan untuk dapat menghormati pencipta *type*. Dalam merancang *guide standard manual*, perlu juga bagi desainer untuk memberikan sebuah pernyataan *disclaimer* pada bagian kata pengantar sebagai fungsinya untuk menegaskan kembali maksud dan tujuan dari dibuatnya *brand guidelines*. Hal ini bertujuan agar setiap aturan dan cara pemakaian identitas visual baru yang telah dilakukan menjadi lebih selaras dan tepat guna, meminimalisir penggunaan identitas visual yang kurang tepat sehingga menciptakan ketidakselarasan citra bagi *brand* atau klien. Pada halaman konten *brand guidelines* juga diperlukan untuk memasukan proses logo dengan tampilan *outline* yang dibarengi dengan penggunaan *grid* dasar dalam proses perancangan logo. Hal ini diperlukan untuk dapat memberikan gambaran lebih jelas akan sistem *grid* pada logo yang telah digunakan dalam perancangan baik itu *logogram*, *logotype*, ataupun logo *signature*.

Dengan dilakukannya perancangan ini, penulis juga berharap agar perancangan yang telah dilakukan dapat menjadi sebuah bantuan atau referensi bagi pembaca yang akan melalui proses yang sama dengan penulis. Semoga

penelitian serta perancangan ini dapat membuka perspektif baru dan juga memberikan beberapa *insight* yang dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, menjadikan karya ciptaan penerus pelaksana topik *branding* lebih baik di setiap kesempatannya.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA