

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Yayasan Pulih adalah organisasi non-profit yang menyediakan jasa pendampingan psikologis sejak tahun 2002 yang berpusat pada DKI Jakarta, Indoensia. Yayasan Pulih memiliki visi dan misi menjadikan masyarakat sejahterah dan senantiasa dalam membantu meningkatkan kualitas hidup untuk di masa yang akan datang.

Lembaga Yayasan Pulih terus berkembang dengan melakukan ekspansi terhadap layanannya seiring waktu. Namun sayangnya, pekembangan yang dialami tidak didukung dengan identitas yang dimilikinya yang sudah dianggap tidak relevan pada konsumen. Persepsi nilai masyarakat terhadap Yayasan Pulih pun menurun.

Pada perancangan identitas Yayasan Pulih kali ini, penulis berharap Yayasan pulih dapat memiliki citra barunya dengan tanpa meninggalkan esensi yang dimilikinya. Yayasan Pulih yang menawarkan manfaat menggunakan layanannya sebagai salah satu jalan untuk meningkatkan hidup menjadi yang lebih baik untuk masa yang akan datang.

5.2 Saran

Setelah penulis melewati prosesi sidang akhir, penulis mendapatkan beberapa saran dan kritikkan yang diberikan dari para dewan sidang terkaitan dengan perancangan yang penulis lakukan. Berikut merupakan saran yang diberikan dilampirkan melalui poin seperti di bawah:

- 1) Diusahakan untuk mencantumkan teori yang digunakan dan bermanfaat dalam prosesi perancangan identitas saja, penyajian teori yang berlebihan dapat membingungkan.

- 2) Hasil dari penelitian dapat didukung dengan teori yang digunakan pada perancangan identitas.
- 3) Lengkapi dengan memberikan alasan lebih lengkap terhadap pemilihan studi referensi yang digunakan agar dapat dimengerti dan dipahami. Adanya alasan akan memilih instansi tersebut dan sangkut paut terhadap *brand* pada perancangan kali ini.

Selain poin yang tertera di atas, penulis juga merasakan kekurangan yang masih perancangan ini miliki, yaitu penjelasan terhadap bagaimana cara menggunakan warna pada variasi yang tersedia pada sub-logo Yayasan Pulih pada *Graphic Standard Manual (GSM)*.

Pada saat menjalani proses perancangan identitas visual, penulis disarankan untuk mencari dan memperdalam riset terhadap Yayasan Pulih, melakukan koordinasi kepada pihak-pihak yang bersangkutan untuk meningkatkan informasi yang didapatkan. Hal ini akan berguna pada saat penentuan *brand strategy* pada perancangan dan dapat meningkatkan akurasi penulis dalam merancang hasil perancangan identitas visual terhadap masalah yang dialami Yayasan Pulih. Selain itu dapat dilakukannya juga observasi pada perkembangan media-media promosi yang diperlukan oleh Yayasan Pulih. Agar dapat membangun persepsi dari identitas Yayasan Pulih, bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan marketing dari *brand* untuk menjangkau user.

Selanjutnya merupakan kegiatan terkait dengan tingkat kemudahan dalam mendapatkan informasi. Pada penelitian ini penulis mengalami berapa keterbatasan akibat isolasi yang diadakan pada Jakarta dan sekitar yang disebabkan oleh Co-Vid 19. Hal ini mengurangi beberapa kelengkapan seperti pengambilan data secara *offline*.