

BAB V

Penutup

5.1 Kesimpulan

Golden Busana awalnya adalah sebuah usaha dibidang konveksi yang memproduksi seragam untuk perusahaan, hotel, dan juga restoran, yang berdiri sejak tahun 2017. Golden Busana, yang memberikan jasa produksi seragam mengembangkan bisnisnya dengan membuat merchandise atau kebutuhan kantor maupun hotel yang berbahan kain dan dijahit. Contoh produksi dari Golden Busana antara lain, seragam, handuk, selimut, dan masih banyak lagi. Menurut pemilik Golden Busana identitas visual yang dimiliki tidak dapat mencerminkan usahanya dan terdapat kemiripan dengan kompetitornya pada bidang yang sama. Selain itu kata busana pada nama usahanya menyebabkan tidak tahunya pengguna atau calon pengguna jasanya akan pengembangan produksi yang dilakukannya. Identitas yang diperlukan dalam masalah ini adalah logo. Menurut Landa (2010), suatu merek atau logo adalah sebuah karakter atau *asset* dari suatu produk, pelayanan, atau *brand* yang membedakannya dari pesaing. Oleh sebab itu Golden Busana membutuhkan pembaharuan pada identitas visualnya. Mengingat masalah yang dihadapinya pembaharuan identitas ini dapat membuat pengguna jasanya mudah mengingat dan mengetahui hasil produksi yang dihasilkan. Selain merancang identitas visual, penulis juga merancang *company profile* guna menjelaskan kemampuan produksi yang dimiliki oleh Golden Busana. (hlm. 219)

Guna mengumpulkan data penulis menggunakan metode kualitatif dan melakukan wawancara langsung kepada ibu Angela selaku Pemilik Golden Busana, pada tanggal 13 September 2021. Selain itu penulis juga melakukan studi existing untuk mempelajari kompetitor dibidang yang sama. Setelah melakukan pengumpulan data penulis menggunakan teori perancangan dari Alina Wheeler yang memiliki lima tahapan. Lima tahapan itu antara lain, *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*.

Pada tahapan *conducting research* penulis melakukan pengumpulan data dengan mewawancarai langsung pemilik dari Golden Busana. Setelah dilakukannya wawancara penulis mempelajari kompetitor dari Golden Busana. Dari wawancara penulis mendapatkan bahwa Golden busana adalah perusahaan yang berdiri sejak 2017 dan selain membuat seragam perusahaan ini juga memproduksi merchandise dan kebutuhan acara atau hotel dengan bahan dasar kain. Sedangkan sebagian besar kompetitor dari perusahaan ini hanya memproduksi seragam.

Lalu pada tahap *clarifying strategy*, penulis lakukan untuk mengerti, mengevaluasi, dan membangun strategi. Langkah ini bertujuan untuk mencari kendala dan juga masalah yang dihadapi perusahaan. Berdasarkan permasalahan yang ada penulis menyimpulkan bahwa Golden Busana membutuhkan identitas baru, hal ini didasari wawancara dengan Ibu Angela selaku pemilik. Ibu Angela merasa bahwa logo yang dimilikinya tidak menarik, ada kesamaan dengan kompetitornya dan nama dari usahanya sendiri menyulitkan perusahaannya ketika mereka membuat sebuah produksi baru. Selain itu Golden Busana tidak memiliki media yang cukup untuk menunjukkan hasil produksinya. Dalam hal ini Golden Busana membutuhkan pergantian nama, identitas visual baru, dan juga company profile guna sebagai media untuk memperkenalkan jasa dan produknya. Selain melakukan analisis tadi penulis membuat tabel data untuk mendapatkan gambaran dari pengguna jasa dan produk dari Golden Busana. Penulis melakukan perancangan konsep. Pada tahap ini penulis memulainya dengan membuat mindmapping guna mengumpulkan ide, informasi, dan juga kata yang berguna untuk membuat big idea. Dari mind mapping tadi penulis mendapatkan kata perkembangan dan tepat. Kata tepat berarti benar, jitu, dan tidak kurang tidak lebih pada Tindakan, tujuan, dan perkataan. Disini kata penulis pilih untuk menggambarkan Golden Busana sebagai sebuah usaha yang bertanggung jawab, dapat di percaya, dan mampu menciptakan kenyamanan dan keamanan bagi pengguna jasanya. Dalam visi dari Golden Busana yang ingin menjadi mitra terbaik bagi pengguna jasanya, menurut penulis kata tepat adalah sebuah kata yang mampu menggambarkan hal tersebut dengan baik.

Kemudian penulis melanjutkan dengan membuat *designing identity*. Penulis menghilangkan kata 'Busana' yang terdapat dalam Golden Busana dikarenakan dianggap menghambat perkembangan dari bisnis ibu Angela. Terdapat combination mark yang terdiri abstrak mark dan logotype. Untuk bentuk abstrak mark penulis buat dengan menggabungkan huruf 'G' dan bentuk kain yang dinamis agar menghasilkan sebuah bentuk baru. Dan pemilihan warna dan font. Penulis menggunakan triadic colors, yaitu merah, kuning, dan biru. Dalam psikologi warna biru menggambarkan tentang ketegasan dan bisa dipercaya. Warna merah menggambarkan keberanian, dan warna kuning menggambarkan kenyamanan dan ketenangan. Selain itu warna kuning ini juga diminta lebih dominan dikarenakan permintaan dari pemilik dari Golden Busana. Lalu penulis melakukan pemilihan font, dan penulis memilih menggunakan font sans serif. Menurut Robin Landa (2010), jenis huruf sans serif tidak memiliki perbedaan tebal tipis dalam goresannya sehingga menimbulkan kesan tegas. Pemilihan font ini didasari untuk menampilkan ketegasan. Dalam penerapannya penulis menggunakan 2 jenis typeface yaitu Monserrat dan Poppins. Penulis menggunakan typeface Montserrat Semi Bold untuk headline dan subheadline, dan untuk bodytext, penulis menggunakan typeface Poppins Regular. Setelah melakukan pemilihan warna dan font, penulis mencari referensi, berdasarkan dari referensi yang telah dikumpulkan, mayoritas logo menggunakan elemen berupa kain, dan bentuk yang dinamis atau melingkar, dan menggunakan typeface sans serif. Dari ide-ide tersebut lalu dilakukannya eksplorasi sketsa logo dan menghasilkan logo baru untuk Golden Busana. Pada proses desain ini penulis menghilangkan kata Busana dalam logo tersebut.

Setelah desain identitas visual ini dibuat, penulis melakukan *creating touchpoints* dalam media, penulis membuat pengembangan identitas visual berupa stationary, web, mobile apps, media social Instagram, company profile, dan paper bag. Untuk stationary sendiri dari kop surat, amplop, kartu nama, folder, dan tag label. Desain untuk media ini menggunakan tuturan desain yang sudah dibuat dan menggunakan modular grid sebagai penataan.

Penulis melanjutkan dengan melakukan tahap managing assets. Pada tahap ini penulis melakukan perancangan *graphic standard manual* yang bertujuan memberikan pedoman untuk penggunaan identitas visual dan pengaplikasiannya dalam media. Dalam *graphic standard manual* dilakukan pengumpulan aset dan informasi mengenai perusahaan. Pembuatan *graphic standard manual* ini menggunakan modular grid.

5.2 Saran

Hal yang menurut penulis penting dalam perancangan identitas visual adalah memilih topik dan melakukan research sedalam mungkin. Pemahaman akan informasi perusahaan dimaksimalkan agar penulis mampu mengolah, mengeksplor, dan menciptakan brand tersebut. Memilih acuan perancangan atau teori dalam menyusun identitas visual yang sesuai dengan pemahaman penulis juga menjadi penting, agar dapat dimengerti sepenuhnya oleh desainer atau penulis. Melalui perancangan identitas visual CV Golden Busana ini, penulis berharap hasil perancangan dapat berguna bagi peneliti lain yang ingin merancang topik serupa.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA