

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Ferio printing berdiri sejak 2010, hingga keberadaannya saat ini merupakan proses perjalanan usaha yang tidak mudah, dari sebelum memiliki mesin, hingga memiliki mesin dan mampu bersaing dengan percetakan besar serupa. ferio printing sebagai percetakan offset dan digital telah menghadirkan kualitas, kecepatan dan harga pada keutamaan perusahaan dalam menjamin kepuasan dan kenyamanan konsumen. Dengan adanya keunggulan yang dimiliki, sangat disayangkan konsumen hanya mengetahui ferio printing sebagai percetakan yang hanya layanan cetak continuous form. hal tersebut mempengaruhi penjualan dari ferio printing yang hanya bertumpu pada layanan cetak tersebut, padahal terdapat layanan yang memiliki keunggulan dan benefit yang sama dengan continuous form. Dengan membangun branding perusahaan ferio printing yang tidak hanya sebagai percetakan continuous form saja, namun sebagai percetakan offset dan digital yang mampu mencetak layanan selain continuous form. Dipadukan dengan kehadiran identitas visual sebagai wajah dari identitas merek yang dimiliki oleh ferio printing.

Dengan adanya perancangan ulang identitas visual yang menghadirkan beberapa media serta output yang telah dilaksanakan ini, diharapkan ferio printing mampu bergerak lebih jauh dan dikenal oleh masyarakat dan konsumen sebagai percetakan yang melayani selain continuous form. Dan mampu meningkatkan produktivitas serta kemampuan penjualan lebih. Perancangan ini juga menjadi hal baru pada percetakan offset sejenis yang dapat membangun brand dengan struktural dan terencana dalam meluaskan kehadiran usaha serta membangun kepercayaan yang pada akhirnya menimbulkan rasa berani dan meningkatkan kepercayaan diri usaha pada pasar yang lebih luas.

5.2 Saran

Pelaksanaan pada proses perancangan identitas visual merupakan hal yang mengacu pada sifat strategis dan analisa, hal tersebut menjadi kesatuan pada pencarian serta pemahaman data dan pemikiran yang mendalam terhadap merek yang akan ditangani. Kombinasi data, strategi dan pemikiran yang berkualitas berdasarkan observasi serta analisa mampu menghadirkan sebuah ide dan konsep yang terbaru dan unik terhadap merek yang ditangani. Seperti target sasaran perusahaan yang diinginkan dan lain sebagainya. Pada pelaksanaan dalam melakukan sebuah perancangan identitas visual haruslah melakukan pencarian referensi dalam meraih berbagai macam desain yang dijadikan acuan karya serta memperkuat desainer dalam perolehan karya.

Pada percetakan yang notabene percetakan offset yang dimana proses nya sangatlah kompleks dan tahapan yang tidak semudah digital, maka diperlukan kedalaman menganalisa keadaan dan harus diperkuat dengan strategi yang mutakhir agar terciptanya brand brief atau lembar pedoman merek yang tepat dan tidak mengurangi kualitas dari visi perusahaan yang sesungguhnya. Juga pada proses data haruslah membutuhkan seorang narasumber perusahaan yang memahami mengenai proses kinerja perusahaan, SDM dari tenaga kerja perusahaan serta keunikan dan kelebihan yang dimiliki perusahaan dibanding dengan percetakan lain. Dengan mempelajari lebih dalam mengenai percetakan yang laksanakan dan proses kerja perusahaan serta kinerja dan keadaan perusahaan, maka dengan tantangan desain yang akan dihadapi akan menjadi sebuah proses yang mampu bergerak dengan optimal dan tidak salah mempersepsikan kategori mana yang harus di cantumkan atau tidaknya pada percetakan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A