

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Gereja Katolik Kalvari Lubang Buaya telah lama berdiri walaupun keberadaannya baru diakui oleh negara pada 2021 lalu. Gereja Kalvari bersama dengan Gereja Santa Catharina Taman Mini Indonesia Indah berada di bawah naungan yang sama, yaitu Paroki Lubang Buaya. Dibanding dengan gereja lain disekitarnya, Gereja Kalvari memiliki keunggulan yaitu berada ditengah tengah kota yaitu Bekasi dan Jakarta sehingga mampu menampung banyak umat di luar daerah tersebut untuk bisa datang berziarah atau sekedar melakukan ibadah. Keunikan Gereja Kalvari juga memiliki fleksibilitas mengenai tema ibadah karena umat Kalvari sendiri memiliki berbagai macam latar belakang, suku, dan umur. Sehingga Pastur Kepala dari Kalvari sangat terbuka dengan ibadah yang ingin dilaksanakan.

Gereja Kalvari memiliki motto yaitu menjadikan umat untuk dapat membangun karakter yang berintegritas layaknya sepantasnya manusia untuk melayani sesuai ajaran iman Kristus. Meskipun Kalvari terbilang sudah cukup lama berdiri namun, umat sering kali keliru dalam menyebutkan nama Paroki. Nama paroki yang pernah berubah tanpa mengganti identitas visualnya mengakibatkan umat kurang peka terhadap pergantian nama tersebut. Pada identitas yang lama juga digunakan oleh gereja lain yaitu Gereja Katolik Santa Catharina Taman Mini. Selain itu, penggunaan identitas visual pada berbagai media *online* maupun *offline* masih kurang konsisten. Maka dari itu, Identitas merek perlu dilakukan perubahan.

Identitas yang digunakan secara konsisten dan mengikuti aturan dalam pengaplikasian di beberapa media dapat membangun perspektif yang baik dan lebih kuat. Perancangan ini juga dilakukan sebagai pembaharuan Gereja Kalvari yang ingin memperbaharui identitasnya dalam rangka pembangunan Gerejanya yang baru dan telah resmi berdiri. Perancangan dilakukan melalui proses *mindmapping* terlebih dahulu untuk mencapai strategi yang sesuai dengan Gereja Kalvari.

Sehingga memperoleh *keywords* yaitu duka, pewartaan, dan pertobatan. Penulis juga mendapatkan *big idea* dari proses *mind mapping* yang sudah dilakukan sebelumnya yaitu: ‘menuai jiwa dengan hati yang baru’. Kata – kata tersebut terinspirasi dari *keywords* dan fungsi gereja sendiri menurut spirituslitas tata pelayanan Gereja Kalvari yang mengedepankan penerimaan watak pelayanan dengan watak yang suci.

Penulis juga memiliki kekurangan dalam metode penelitian. Dalam mendapatkan data, penulis kurang tidak melakukan *in depth interview* terhadap umat gereja sehingga data – data terkait hanya di dapatkan dari pengurus gereja dan kuisisioner yang ternilai kurang kuat dari sisi target atau umat Kalvari sendiri.

Perancangan juga diikuti dengan perancangan logo sebagai identitas pokok yang dapat diimplementasikan ke beberapa media collateral dan media informasi. Semua perancangan dan aturan penggunaan identitas Gereja Kalvari digabungkan ke dalam buku panduan atau *brand guidelines book (graphic standard manual)* lalu dilanjutkan ke tahapan yang terakhir yaitu *managing assets* untuk mengatur dan menyesuaikan penggunaan identitas visual Gereja Kalvari. Penulis juga kurang dalam pembentukan eksplorasi pada pengaplikasian pada media *collateral*, sehingga media turunannya juga tidak bervariasi dan terkesan monoton.

Perancangan identitas visual ini dibuat dengan segala pertimbangan agar tidak umat maupun pengurus tidak lagi merasa kebingungan dan mampu memberikan citra yang baik di mata umat katolik Kalvari maupun daerah lain. Diharapkan juga identitas visual juga dapat tersampaikan pesannya dan tidak mudah terlupakan.

5.2 Saran

Perancangan ini pada akhirnya dipilih melalui beberapa pertimbangan dan urgensinya. Riset juga dilaksanakan dengan hati – hati dan secara baik karena perancangan ini membawa nama Gereja dan Universitas. Sehingga *brain storming* yang dilakukan juga membuat penulis mendapatkan *insight* yang lebih luas dan membentuk pikiran yang baru. Hasil dari urgensi yang ada lalu disimpulkan sehingga mendapatkan jawaban dengan melakukan perancangan identitas visual. Perancangan juga tidak dilakukan secara sembarang, namun juga dengan pemikiran

dari hasil belajar dan teori ilmu desain yang ada atau pernah dilakukan. Dengan pembatasan masalah yang terbilang cukup besar, penulis harus mampu membuatnya agar sesuai dan masuk ke target yang sudah diriset sebelumnya.

Perancangan juga dilakukan serinci mungkin agar mudah dipahami dan dapat digunakan secara konsisten menurut aturan yang sudah dibuat. Perancangan yang juga dibuat ke bentuk fisik juga dilalui oleh berbagai macam percobaan dan masukan yang juga akan menambah pengetahuan penulis untuk pengalaman ke depannya. Dengan perancangan ini diharapkan pembaca dapat lebih meneliti dengan pikiran terbuka namun tetap kepada pegangan yang terbaik menurut pembaca. Penulis juga menyarankan untuk lebih memperhatikan dan mempertimbangkan kembali untuk mengembangkan atau jika ingin mengambil tema sejenis. Diharapkan perancangan ini juga dapat dijadikan inspirasi atau pembelajaran jika ingin mengetahui tentang perancangan identitas visual gereja dengan segala pertimbangan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA