

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Seindo Laundry adalah sebuah bisnis usaha jasa *laundry* yang telah berdiri sejak tahun 2019 di bawah naungan Seindo Group. Saat ini, Seindo Laundry telah memiliki tiga buah cabang. Namun sayangnya, untuk bersaing secara *global*, Seindo Laundry belum cukup kuat. Disebabkan oleh Seindo Laundry belum memiliki sebuah identitas yang dapat menampilkan citra dan jati diri usahanya. Hal ini juga akan mempengaruhi tingkat *awareness* dan *brand recognition* terhadap Seindo Laundry. Hal ini dibuktikan dengan melalui riset yang telah dilakukan, menurut narasumber dan responden penulis, identitas Seindo Laundry lebih merepresentasikan usaha jasa agen air minum dibandingkan bisnis *laundry*. Hal ini disebabkan oleh elemen *logogram* yang digunakan pada logo.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis akan melakukan perancangan ulang terhadap identitas visual Seindo Laundry dengan tujuan ingin merancang sebuah identitas yang dapat merepresentasikan citra dan jati diri dari Seindo Laundry dengan menanamkan karakteristik pada identitas. Melalui proses riset pengumpulan data, penulis menjadi mengetahui bahwa Seindo Laundry sangat mengutamakan kepuasan dan kesenangan dari pelanggannya. Kesenangan dan kepuasan pelanggan sendiri datang ketika melihat hasil *laundry* pakaian yang bersih. Berdasarkan karakteristik Seindo Laundry yang sangat mengutamakan kepuasan pelanggan ini, maka penulis mengembangkan sebuah *big idea*, yaitu “*The Joy of Clean Clothes*”.

Identitas visual yang telah dirancang oleh penulis menampilkan citra dan karakteristik dari Seindo Laundry. Selain itu, penulis juga mengaplikasikan identitas tersebut ke berbagai *media collateral* yang digunakan dengan tujuan agar dapat memperkenalkan dan mengkomunikasikan *brand* Seindo Laundry kepada masyarakat. Dalam proses pengaplikasiannya, penulis mengikuti setiap aturan, baik

sistem pengaplikasian logo, warna, dan tipografi yang tertera dalam buku panduan *Graphic Standard Manual*. Hal ini dilakukan agar dapat menghasilkan desain yang konsisten, sehingga secara tidak langsung akan mempermudah masyarakat dalam mengenali identitas dari Seindo Laundry.

5.2 Saran

Bagi mahasiswa yang menjalani tugas akhir, sangat disarankan dapat mengatur waktu dengan baik, agar dapat selesai tepat waktu dan hasil yang memuaskan. Pada proses perancangan tugas akhir ini, tidak hanya dilihat dari bagus atau tidaknya hasil visual yang dihasilkan. Melainkan, kecocokan antara ide dengan perancangan yang sedang dibuat. Selain itu, apakah hasil yang dirancang memecahkan masalah yang ada. Setelah menjalankan sidang akhir, penulis mendapatkan beberapa saran dari dewan sidang. Pertama, di mana untuk konfigurasi logo, desain alternatif logonya harus menyesuaikan ukuran dan ruang medianya. Misalnya, logo utamanya berbentuk horizontal, maka alternatif logonya akan berbentuk vertikal. Kedua, untuk mengangkat topik *branding*, harus melihat adakah kebutuhan dan masalah dari *brand* tersebut sampai harus melakukan *rebranding*. Ketiga, ketika menyebar kuesioner harus menanyakan persepsi masyarakat terhadap usaha dari *brand* yang sedang diteliti yang bertujuan untuk memperkuat data. Sedangkan untuk proses penulisan laporan, pastikan untuk mengingat dan mencatat setiap proses yang dilakukan agar dapat ditulis secara *detail* ke dalam laporan. Ketika sidang akhir, dosen penguji menyarankan untuk penyusunan *touchpoints* pada bab empat akan lebih realis ketika menggunakan *roleplay*. Adapun saran terakhir yang penulis dapatkan oleh ketua sidang pada saat sidang akhir, yaitu hanya memasukkan teori yang *relateable* dengan perancangan yang ingin dirancang pada bab dua.

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