



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Sekolah Mandiga adalah sekolah khusus untuk anak-anak dengan spektrum autisme. Tujuan sekolah ini sesuai dengan visi misinya adalah memberikan proses belajar yang mandiri dan bahagia. Kurikulum Sekolah Mandiga utamanya pengajaran tentang perilaku dan kemampuan berkomunikasi. Setelah itu baru memfokuskan ke kemampuan akademik dan sosialisasi.

Ketika Sekolah Mandiga berdiri tahun 2000 logonya dibuat untuk merepresentasikan anak-anak yang mandiri dan bahagia, namun representasi “mandiri” dan “sekolah untuk siswa autistik” belum terlihat dalam logo Sekolah Mandiga. Logo Sekolah Mandiga belum berubah hingga hari ini sementara sekolah dan tempat terapi untuk anak autistik makin banyak di Jakarta dan kompetitor Sekolah Mandiga makin banyak. Dengan *brand* logo yang belum berubah, orang yang belum pernah mendengar atau mengetahui Sekolah Mandiga tidak akan tahu bahwa Sekolah Mandiga adalah sekolah untuk siswa autistik. Hal ini terlihat dalam survei yang dibuat oleh penulis dimana 77% dari responden yang belum pernah tahu mengenai Sekolah Mandiga menjawab logo Sekolah Mandiga kurang jelas atau tidak jelas merepresentasikan sekolah untuk siswa autistik. Untuk itu penulis merancang ulang agar “*mandiri*”, “*bahagia*” dan “sekolah untuk siswa autistik” terepresentasikan dalam brand logo Sekolah Mandiga.

Dalam proses perancangan ulang Penulis menggunakan metode Alina Wheeler dan banyak teori lain mengenai *brand identity*, misalnya warna, strategi merek, tipografi, serta bentuk simbol untuk mendukung topik masalah. Metode analisis SWOT juga dipakai oleh penulis dalam proses perancangan ulang ini. Metode Alina Wheeler sangat direkomendasi untuk membangun baru atau merancang ulang sebuah *branding*.

*Brand* yang sudah dibuat memang harus dipertahankan untuk menghadapi perubahan-perubahan lingkungan dan konsumen di masa depan atau malah suatu saat harus diubah supaya tetap dapat bertahan.

## 5.2 **Saran**

Penulis berharap melalui perancangan ulang *brand visual* Sekolah Mandiga membantu Sekolah Mandiga agar tetap bisa bersaing dengan sekolah khusus dan tempat terapi lainnya di Jakarta. Juga dengan *brand visual* baru bisa memberikan rasa bangga bagi para siswa dan segenap staf Sekolah Mandiga.

Untuk teman-teman mahasiswa saran penulis jika membuat proyek tugas akhir dalam jurusan Desain Komunikasi Visual,

- Saat mencari topik, cari pengetahuan dan teori Desain Komunikasi Visual yang menurut Anda paling cocok yang bisa mengerjakan yang lancar misalnya, topik mengenai merancang identitas visual.
- Jangan menyerah dan jangan ragu meminta bantuan ketika dalam kesulitan

