

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

PT Prima Konsultan Indonesia merupakan entitas konsultan pajak yang bertujuan untuk menjadi salah satu konsultan yang termuka di Indonesia, serta menunjang tinggi nilai kepercayaan. Dengan pengalaman 10 tahun di sektor bisnis tersebut mampu meningkatkan nilai kepercayaan, akuntabilitas, keamanan, dan kredibilitas klien/calon klien. Namun, identitas visual Prima Konsultan belum merepresentasikan citra merek. Hal tersebut juga didukung pada hasil penyebaran kuesioner kepada sasaran target Prima Konsultan. Oleh karena itu, dilakukan perancangan ulang identitas visual Prima Konsultan guna mengatasi kendala tersebut.

Setelah melakukan *mindmapping*, *big idea* yang diangkat adalah “menjadi jendela bagi wajib pajak”. Jendela digunakan sebagai analogi nilai akuntabilitas terutama nilai transparansi yang terdapat didalamnya. Penggunaan *abstract mark* didasari dengan huruf “P” untuk merepresentasikan Prima Konsultan. Kemudian *counter* pada huruf “P” dirancang untuk membentuk jendela, serta penambahan elemen grafik gelembung obrolan untuk merepresentasikan konsultan. Warna gradien biru dan kuning pada identitas visual berfungsi untuk mendukung analogi jendela dengan konsep cahaya melewati cahaya. Supergrafik “obrolan” mewakili informasi dan komunikasi yang dilaksanakan oleh konsultan. *Pattern* berfungsi untuk meningkatkan citra merek. Dalam menyelaraskan desain pada pengaplikasian di seluruh media dirancang *brand guidelines* yang mengatur tata cara pemakaian elemen desain yang dimilikinya. *Touchpoint* di dalamnya juga telah disesuaikan untuk penggunaan korporat.

Dengan demikian, PT Prima Konsultan Indonesia memiliki identitas visual beserta dengan aturan untuk mempertahankan konsistensi dari pengaplikasiannya. Identitas visual tersebut diterima baik oleh sasaran target Prima Konsultan

sebagaimana terungkap dalam FGD yang telah dilaksanakan. Selain itu, identitas visual ini juga dapat bersaing di pasar dengan perusahaan konsultan pajak lainnya. Diharapkan dengan terciptanya identitas visual baru, Prima Konsultan mampu meningkatkan kepercayaan audiens/calon klien serta mempertahankan kelangsungannya tanpa menghilangkan citra merek.

5.2 Saran

Dalam proses perancangan ulang identitas merek, diperlukan penelitian mendalam terkait dengan nilai-nilai dan budaya yang dipegang teguh oleh entitas tersebut. Dalam kerangka perancangan, pentingnya pembuatan aturan yang jelas untuk konfigurasi logo menjadi krusial dalam menilai kualitas suatu logo. Tinggi minimal dari sebuah logo juga harus disahkan melalui uji cetak. Selanjutnya, penetapan aturan untuk penggunaan supergrafik dan *pattern* desain menjadi esensial untuk menjaga konsistensi desain dalam jangka waktu yang lebih panjang. Pada proses penentuan media *marketing* dan *advertising* diperlukan analisa *customer journey*, yaitu tahapan perjalanan audiens dari awal hingga akhir saat mereka berinteraksi dengan *brand*. Hal tersebut dilaksanakan agar media yang ditentukan menjadi sesuai dengan target sasaran *brand*. Kemudian, harus dilakukan FGD atau survei kepada target sasaran guna memvalidasi ketepatan perancangan logo.

Dengan penelitian yang mendalam dalam perancangan ulang identitas visual, diharapkan bahwa perancangan ini akan memberikan manfaat bagi Prima Konsultan dan juga dapat menjadi pedoman bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menyelidiki topik sejenis. Oleh karena itu, dipersilahkan untuk menggunakan perancangan ini sebagai sumber pembelajaran.

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