

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Transportasi merupakan salah satu bagian terpenting bagi aktifitas manusia. Pulau Jawa merupakan salah satu kota daerah dan pusat kegiatan kerja bagi para pekerja yang tinggal di daerah sekitarnya. Jackal Holidays hadir sebagai salah satu layanan jasa transportasi sejak tahun 1988. Jackal Holidays memiliki tujuan untuk memberikan kenyamanan serta keamanan bagi para pelanggan dalam berpergian. Dengan moto “*The Best in Travelling Services*”, Jackal Holidays ingin memberikan servis terbaik untuk pelanggannya. Namun, terdapat beberapa masalah yang ditemukan pada identitas visual Jackal Holidays saat ini yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan saat memilih Jackal Holidays sebagai jasa layanan *travel*.

Sejak awal berdiri Jackal Holidays tidak memiliki identitas visual yang mencerminkan *brand image* dari sebuah jasa transportasi atau *travelling*. Penggunaan *typeface* jenis *script* di *logotype*, *imagery* bola dunia dan maskot dari Jackal Holidays menimbulkan mispersepsi yang sangat besar untuk audiens. Hal ini mempengaruhi *awareness* dan *recognition* audiens terhadap Jackal Holidays yang tidak sesuai dengan *value brand*. Oleh karena itu, langkah yang tepat bagi permasalahan Jackal Holidays dengan melakukan perancangan ulang identitas visual serta merancang *graphic standard manual* (GSM) yang dapat dijadikan pedoman serta menjaga konsistensi pengaplikasian identitas visual.

Untuk merancang perancangan ulang identitas visual agar tepat sasaran dan juga solutif, penulis mengumpulkan data serta informasi terkait Jackal Holidays dengan pihak Jackal Holidays maupun audiens. Dari pengumpulan data tersebut penulis mendapatkan *insight* yang dapat mendukung perancangan ini. Setelah mengumpulkan data dan juga *insight* dari berbagai audiens. Penulis mengembangkan dan mengolah data tersebut menjadi sebuah *big idea* dan juga *key visual*. Penulis membuat *big idea* yaitu “*Illuminate the wondrous and joyful path*

to a wonderful life” *big idea* ini diambil dari 3 *keywords* yaitu *journey*, *success*, dan *joy*.

Penulis juga merancang media-media yang sesuai dengan instansi sebagai *touchpoints* yang mampu menunjukkan konsistensi dan *unity* dari setiap visual yang telah dibuat. Penentuan *touchpoints* dilakukan dengan mempertimbangkan fungsi dan target audiens Jackal Holidays. Konten dan media yang ditampilkan disesuaikan dengan segmentasi target, *tone of voice*, serta visi dan misi dari Jackal Holidays itu sendiri. Seluruh perancangan yang penulis lakukan terdapat pada GSM agar dapat dijadikan pedoman serta menjaga konsistensi pada desain.

Hasil akhir dari perancangan ini berupa identitas visual yang dimana mampu mencerminkan *brand image* sesungguhnya dari Jackal Holidays. Sehingga diharapkan mampu memperbaiki mispersepsi audiens sekaligus meningkatkan tingkat kepercayaan audiens terhadap Jackal Holidays.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis selama merancang dan selesai melakukan perancangan adalah:

1. Melakukan kedua tahap awal yaitu riset data dan penyusunan strategi secara mendalam. Hal ini membantu untuk mengenali pesan yang ingin *brand* sampaikan serta permasalahan yang dialami sehingga dapat menyusun strategi yang tepat sasaran. Hal ini sangat membantu untuk tahapan perancangan desain.
2. Dalam merancang *Graphic Standard Manual* (GSM), akan lebih baik jika tidak terlalu terpaku pada sistem identitas lain karena sebagai perancang kita yang menentukan sistem identitas dan tentunya bisa berbeda dengan yang lain. Kemudian juga untuk menggunakan sudut pandang dari banyak orang sehingga mampu mengetahui apakah penulisan dalam konten sudah cukup mendetail dan jelas.
3. Mempertimbangkan manajemen waktu dengan baik dalam proses perancangan. Perancangan akhir ini sifatnya akademis sehingga perlunya memaksimalkan waktu dan menyampingkan keinginan perancang. Hal ini

bertujuan untuk menjaga kualitas dan konsistensi karya dari awal hingga akhir perancangan.

4. Mengingat perancangan identitas visual sifatnya subjektif, maka akan lebih baik jika mendapatkan *insight* dari banyak orang untuk mendapatkan *insight* tambahan untuk merancang identitas visual.
5. Dalam merancang media kolateral, hindari penggunaan penamaan atau terminologi yang kurang sesuai dengan media, seperti penggunaan kata "boarding", "gate", dan "terminal" yang lebih cocok digunakan pada penerbangan dibandingkan dengan *shuttle* dan tidak dapat diimplementasikan di setiap cabang Jackal Holidays. Selain itu, perlu mempertimbangkan kelengkapan setiap jenis media seperti bantal dan format *e-ticketing*.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA