

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

HJ Collectables merupakan usaha *merchandise* yang menjual produk karakter sendiri dan karakter dari acara hiburan, seperti anime, game, dan sebagainya. Kelebihan yang dimiliki usaha dibandingkan usaha kompetitor lain adalah menyediakan *merchandise* dengan berbagai macam jenis *artstyle* atau gaya desain yang dimiliki para artis yang bekerja di HJ Collectables. Selain itu, *brand* juga membuka *request* desain karakter untuk konsumen pada waktu tertentu untuk memberikan kebahagiaan kepada mereka yang tidak memiliki koleksi *merch* yang disukai. Walaupun memiliki kelebihan tersebut, identitas visual HJ Collectables belum dapat memberikan pesan dan karakteristik usaha *brand* dengan baik dan benar. Oleh sebab itu, solusi dari permasalahan adalah melakukan perancangan ulang terhadap desain identitas visual agar dapat meningkatkan *awareness* usaha di kalangan masyarakat dan menciptakan rasa kepercayaan terhadap HJ Collectables.

Penulis menggunakan proses perancangan Alina Wheeler dalam melakukan langkah-langkah menciptakan identitas yang baik, kuat, dan mudah untuk diingat. Tahap pertama adalah melakukan riset untuk mengetahui latar belakang, visi misi, kesan, dan informasi lain yang berkaitan dengan HJ Collectables agar dapat menciptakan strategi perancangan desain. Setelah melakukan riset dan strategi berupa *mindmap*, *brand positioning*, *brand mantra*, *brand personality*, dan *big idea*, penulis mulai melakukan perancangan desain identitas visual *brand* dan pengaplikasian desain pada media-media sekunder. Identitas tersebut terdiri dari logo, warna, *typeface*, dan supergrafis yang menunjukkan kesan ceria dan ramah kepada target laki-laki maupun perempuan. Sesudah pembuatan identitas, elemen visual diaplikasikan ke dalam berbagai jenis media yang terbagi menjadi *stationery*, *signage*, *uniform*, *promotion*, *ephemera*, dan *packaging*. Keseluruhan perancangan visual akhirnya dikumpulkan dan terbentuklah *Graphic Design Manual* yang berisi mengenai HJ Collectables, desain

identitas, sistem penggunaan, dan cara penerapan visualisasi desain pada media cetak maupun digital. Tujuan dari GSM untuk melindungi dan mempertahankan *brand* agar dapat digunakan dengan baik dan benar pada media yang akan digunakan di masa yang akan datang.

5.2 Saran

Dari hasil proses perancangan tugas akhir, terdapat hal-hal yang harus diperhatikan dalam menjalani kegiatan. Pertama adalah melakukan pengumpulan data terhadap topik tertentu. Pengumpulan riset yang baik harus memahami apa permasalahan yang dihadapi brand agar dapat menciptakan strategi perancangan yang jelas. Oleh karena itu, diperlukan untuk melakukan penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan data yang lengkap dalam menciptakan ide dan konsep visual yang ingin dicapai.

Kedua adalah memperhatikan penggunaan elemen-elemen visual sebagai identitas brand. Elemen visual memiliki makna penting dalam menyampaikan kesan dan pesan emosional kepada audiens. Dengan tidak memperhatikan struktur desain dan penggunaan warna, maka visualisasi tidak akan membentuk kesatuan dan konsistensi pada media-media yang digunakan. Saran terakhir adalah untuk dapat mengatur waktu pengerjaan tugas akhir karena proses perancangan memiliki tahap-tahap yang harus membutuhkan waktu yang cukup panjang, sehingga harus diatur dengan baik dan mengikuti jadwal yang sudah disediakan.

Jika melaksanakan perancangan yang menghasilkan *Graphic Standard Manual*, maka penulis memberikan saran yang perlu diperhatikan. Saran tersebut mengenai kelengkapan terhadap penjelasan struktur strategi desain media identitas, seperti ukuran pada logo, cara penggunaan elemen visual, kelengkapan strategi media sekunder, dan sebagainya. Kita harus dapat menampilkan informasi yang dapat mudah dimengerti oleh para pembaca dan dapat menampilkan keseluruhan desain media online maupun cetak yang berhubungan kuat dengan penyampaian *brand* dan jalannya sistem usaha.