

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

PEPMI atau Perkumpulan Pemerhati Musang Indonesia adalah organisasi *nonprofit* yang sudah terdaftar secara legal pada tahun 2016 dan memiliki fokus dalam pelestarian musang Indonesia. Kegiatan yang dilaksanakan PEPMI untuk mencapai misinya ini dengan cara melakukan edukasi dan advokasi musang melalui pameran, sosialisasi, *podcast*, hingga buku cerita. Selain menjadi organisasi hewan dengan kegiatan pelestariannya, PEPMI juga merupakan sebuah komunitas dimana semua orang dapat ikut bergabung baik pemelihara musang maupun hanya peminat saja yang memiliki keinginan untuk mencari tahu lebih banyak ataupun ikut memperjuangkan kesejahteraan musang Indonesia. Meskipun banyak value yang ditawarkan PEPMI ini, namun sayangnya masih belum tercerminkan pada identitas visual yang ditampilkannya.

Dari hasil riset melalui wawancara dan observasi yang dilakukan, PEPMI memang masih belum memiliki sistem identitas visual yang kuat dan konsisten pada seluruh media yang dimiliki. Inkonsistensi pada media yang berbeda ini dapat berdampak pada persepsi audiens yang berbeda-beda terhadap organisasi PEPMI. Dengan persepsi yang berbeda ini akan sulit bagi sebuah brand terutama bagi sebuah organisasi non-profit untuk berkembang sebagai brand yang menampilkan kesatuan yang dapat dikenal dan dipercaya.

Oleh karena itu, solusi yang ada untuk permasalahan ini yaitu dengan melakukan perancangan ulang identitas visual PEPMI (Perkumpulan Pemerhati Musang Indonesia). Untuk melakukan perancangan ulang ini, penulis mulai dengan melakukan riset lebih dalam terkait brand PEPMI untuk menemukan nilai-nilai dan keunikannya. Proses perancangan setelahnya mengikuti ide dan konsep yang sudah ditentukan sehingga dapat menghasilkan identitas visual PEPMI yang sesuai dan konsisten dalam buku pedoman aplikasi brand dan design atau GSM (Graphic Standard Manual).

5.2 Saran

Dalam melakukan tugas akhir ini, tahapan awal yang paling penting adalah fokus pada memahami masalah dan urgensinya dahulu dibandingkan fokus pada solusi dan media akhirnya. Masalah yang dipilih harus benar-benar nyata, berdampak pada brand, dan didapati masalah desain sehingga solusi akhirnya juga dapat disesuaikan menjadi solusi desain yang efektif. Melakukan perancangan ini juga akan sangat terbantu jika mengikuti metode yang sudah ada untuk perancangan identitas visual seperti milik Alina Wheeler sehingga proses perancangan dapat dilaksanakan dengan lebih terarah dan efektif.

Beberapa saran untuk teknis dari perancangan buku panduan identitas visual atau GSM PEPMI ini yang dapat ditambahkan adalah penambahan *detail template* untuk semua media yang ada seperti brosur dan Instagram sehingga dapat diadaptasikan lagi jika ingin digunakan kedepannya untuk kondisi yang berbeda. Akan lebih baik juga pada media-media promosi yang digunakan diberikan penjelasan yang lebih *detail* terkait musangnya. Yang terakhir, ditambah juga dengan acara “Zona Musang” atau pameran musang tahunan yang diselenggarakan sebagai salah satu logo *architecture* juga karena merupakan nama acara turunan dari PEPMI yang selalu digunakan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA