

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia (BNN RI) merupakan lembaga pemerintah non kementerian yang bertugas mengatasi masalah narkoba di Indonesia melalui strategi P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, dan Peredaran Gelap Narkoba). Untuk mendorong keberhasilan strategi tersebut, BNN RI berharap mendapatkan dukungan dan peran serta dari masyarakat. Namun, terdapat kendala dalam memperoleh hal tersebut, yaitu kurangnya pemahaman dan persepsi masyarakat yang berbeda dengan citra yang ingin disampaikan oleh BNN RI. Selain itu, lembaga ini juga memiliki tingkat *brand recognition* yang lemah dikarenakan kurangnya konsistensi dan ciri khas pada identitas visual BNN RI. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan penulis melalui wawancara, penyebaran kuesioner, dan observasi. Oleh karena itu, penulis merancang ulang *brand identity* BNN RI sebagai solusi dari permasalahan tersebut.

Penulis menentukan *big idea* berupa “Lapangkan Bentang Hidupkan Peluang” dengan *tone of voice* tangguh, bekerja sama, dan pulih. Melalui *big idea* dan *tone of voice* tersebut, penulis merancang seperangkat identitas visual dan strategi komunikasi berupa *copywriting*, logo, identitas kegiatan, ikon, warna, tipografi, elemen grafis, supergrafis, dan fotografi yang diaplikasikan pada media cetak dan digital BNN RI. Panduan dan aturan dalam strategi komunikasi, identitas visual, dan aplikasi media tersebut lalu dituangkan secara sistematis dalam buku panduan grafis identitas BNN RI agar penerapan *brand identity* yang telah dirancang dapat konsisten.

5.2 Saran

Dalam perancangan *brand identity* BNN RI, penulis melalui proses yang panjang, dari melakukan riset langsung hingga pengaplikasian identitas ke media. Dalam proses tersebut, penulis menemukan kesulitan terbesar pada penentuan logo yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan BNN RI tidak pernah melakukan perubahan logo sejak lembaga ini dibentuk, sehingga penulis menghabiskan waktu yang cukup panjang untuk menentukan logo yang paling sesuai dengan konsep yang diciptakan penulis. Akibatnya, waktu yang tersisa untuk penulis melanjutkan tahapan setelah perancangan logo menjadi sangat singkat, sehingga ekspetasi yang sebelumnya diharapkan oleh penulis perlahan berkurang, terutama pada tahapan pengaplikasian identitas ke media.

Berdasarkan pengalaman tersebut, penulis menyarankan agar para peneliti yang akan melakukan perancangan dengan tema serupa dapat menurunkan idealis dan mempertimbangkan tenggat waktu yang diatur dalam pelaksanaan tugas akhir. Selain itu, penulis juga menghimbau agar para peneliti dapat membuka perspektif baru dengan meminta tanggapan orang lain mengenai perancangan yang dilakukan. Tanggapan dan opini yang bersifat negatif atau positif akan sangat bermanfaat dalam meningkatkan ide dan kreativitas dalam perancangan. Selain itu, penulis juga menyarankan agar peneliti memiliki alternatif *software* saat perancangan apabila hasil yang diinginkan kurang sesuai dengan harapan.

Laporan penelitian ini bersifat terbuka untuk penggunaan referensi penelitian di masa yang akan datang, terutama bagi perancangan yang memiliki topik yang serupa. Perancangan ini juga diharapkan dapat membantu memberikan perspektif, pengetahuan, serta mengembangkan penelitian bagi universitas khususnya mengenai perancangan *brand identity* suatu lembaga pemerintahan di Indonesia.