

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hiking Bocah merupakan program rekreasi keluarga yang didirikan pada tahun 2018 dan terletak di kawasan Katulampa, Kota Bogor. Dalam menjalankan programnya, Hiking Bocah memiliki visi dan misi untuk memberikan pengalaman kegiatan alam yang ringan bagi para keluarga untuk menghabiskan waktu luang dengan lebih berkualitas. Kegiatan *hiking*, *rafting*, dan menangkap ikan yang disesuaikan dengan kemampuan pemula dapat membantu keluarga untuk menciptakan hubungan yang lebih erat dan harmonis. Akan tetapi, visi dan misi tersebut tidak tersampaikan kepada target sasaran karena identitas visual yang tidak merepresentasikan citra Hiking Bocah dengan sesuai sehingga terjadi kekeliruan target sasaran dalam memahami manfaat dan tujuan dari Hiking Bocah. Oleh sebab itu, perancangan ulang identitas visual dilakukan sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan pada Hiking Bocah tersebut.

Dalam perancangan identitas visual Hiking Bocah, penulis mengumpulkan sejumlah data dan informasi yang diperlukan dari pihak-pihak yang relevan untuk mendukung perancangan. Informasi yang diperoleh kemudian diolah menjadi *big idea* “*experience the endless joy of discovery as fun shared adventures unfold in nature*” untuk dijadikan sebagai acuan dalam perancangan identitas visual. Pesan dari *big idea* ini adalah tentang kegembiraan tanpa akhir dalam setiap penemuan bersama di alam.

Mengacu pada *big idea* yang telah ditetapkan, penulis merancang identitas visual Hiking Bocah yang terdiri dari logo, *tagline*, supergrafis, warna, tipografi, dan fotografi. Seluruh identitas visual tersebut diimplementasikan ke dalam bentuk media kolateral dengan tata cara penerapan yang konsisten dan sejalan dengan prinsip desain. Seluruh perancangan tersebut dituangkan menjadi

buku pedoman atau *brand guidelines* yang berisi tentang panduan dalam menerapkan identitas visual Hiking Bocah dan mempertahankan konsistensinya.

Hasil perancangan identitas visual ini mencerminkan citra yang sesuai dengan Hiking Bocah. Dengan demikian, perancangan ini diharapkan dapat menyelesaikan masalah Hiking Bocah dalam menyampaikan visi dan misinya secara jelas kepada target sasaran sehingga mencegah adanya kekeliruan dalam memahami program Hiking Bocah di masa mendatang.

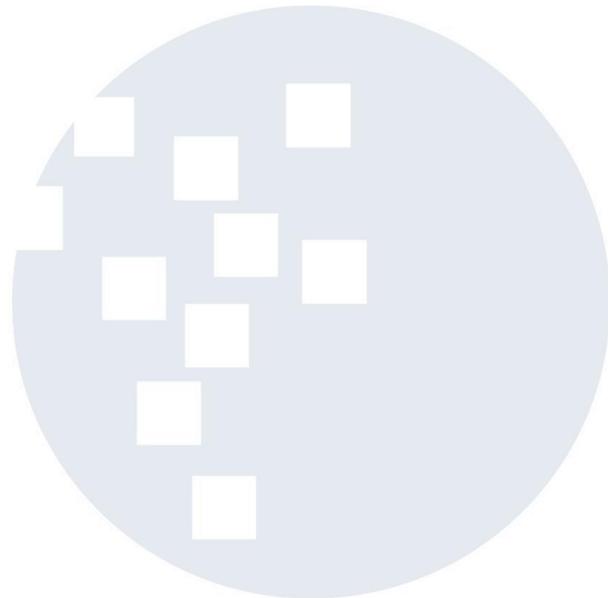
5.2 Saran

Berdasarkan perancangan identitas visual yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat penulis berikan selama menjalankan tugas akhir adalah sebagai berikut.

1. Tahap pengumpulan data dan informasi terkait objek perancangan perlu dilakukan secara mendalam dimulai dari latar belakang hingga target yang dituju agar hasil perancangan dapat sesuai dengan kebutuhan, nilai, karakteristik audiens yang ditargetkan. Data yang diperoleh juga dapat membantu dalam menciptakan solusi desain yang tepat.
2. *Brand guidelines* harus disusun dengan detail dan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Hal ini bertujuan agar para pembaca dapat memahami isi buku dengan mudah melalui panduan penerapan identitas visual yang jelas.
3. Tentukan media kolateral yang tepat dan relevan dengan kebutuhan objek perancangan sehingga mampu mendukung identitas visual sekaligus menyampaikan pesan secara efektif kepada target yang dituju. Media kolateral tidak hanya menarik secara visual, tetapi harus bersifat fungsional karena berperan dalam memperkuat citra dan menyampaikan pesan kepada target sasaran.
4. Memperhatikan *timeline* pengerjaan tugas akhir dan memanfaatkan waktu luang secara optimal dengan berfokus pada penyelesaian tugas akhir

sehingga hasil perancangan dapat diselesaikan dengan maksimal dan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

5. Perancangan logo tidak harus selalu terpaku dengan nama *brand* yang akan dirancang. Sebaliknya, logo dapat dibuat berdasarkan konsep serta nilai-nilai utama yang ditawarkan oleh *brand*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA