

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Axial Garage merupakan sebuah bengkel motor klasik yang sudah ada sejak tahun 2009 namun pada saat itu Axial Garage hanya berfokus pada bisnis *junkyard* otomotif, mulai dari mobil-mobil tak terpakai maupun motor-motor yang layak pakai. Seiring berkembangnya waktu pada tahun 2018 Axial Garage sudah mulai bergeser ke arah otomotif dan membuka bengkel motor klasik untuk jasa restorasi, *service*, dan *build* motor *original* maupun *custom*. Namun seiring berjalannya waktu terdapat kesalahpahaman terhadap apa yang Axial Garage ingin sampaikan yakni citra klasik dan keterbacaan pada logo sebelumnya kurang baik sehingga para *audience* seringkali salah dalam membaca kata yang ada pada logo.

Dari permasalahan yang tersebut menjadikan suatu landasan utama untuk dilakukan perancangan ulang identitas visual dari Axial Garage melalui tahapan-tahapan yang dikemukakan oleh Alina Wheeler yang mencakup *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touch points*, dan *managing assets*. Dari tahapan-tahapan tersebut ditemukan banyak sekali *insights* atau kebaruan yang didapat pada saat proses *conducting research*. Pada tahapan tersebut penulis menggunakan *mix methods* dalam pengumpulan data yakni kualitatif dan kuantitatif, masing-masing memiliki peran penting dalam proses pencarian *insights* dari perancangan ulang yakni seperti masukan atau saran dan permasalahan yang dihadapi oleh *brand* bervariatif berdasarkan subjek perancangan.

Data-data yang didapat menjadi landasan awal untuk menuju proses *brainstorming* untuk bisa dijadikan sebuah ide yang terbarukan namun tetap membawa nilai-nilai yang ada pada Axial Garage. Melalui proses *clarifying strategy* penulis mendapat banyak sekali *ideation* yang sesuai dengan citra yang ingin disampaikan oleh Axial Garage yakni citra klasik. Setelah proses

*brainstorming*, penulis melanjutkan proses mendesain identitas yang baru dari Axial Garage dengan melakukan perancangan logo, pemilihan warna, pemilihan tipografi, perancangan tipografi, perancangan supergrafis, video, dan fotografi.

Lalu setelah proses atau tahapan-tahapan sebelumnya sudah selesai penulis menyelesaikan tahap akhir dari perancangan ulang identitas visual dari Axial Garage dengan membuat media-media kolateral pendukung. Dengan selesainya proses perancangan ulang identitas visual Axial Garage bisa membawa makna baru dengan tema besar yakni “Menghidupkan Masa Lampau Dengan Hati dan Pengalaman” bisa tersampaikan dengan baik melalui desain identitas visual yang baru dan media-media kolateral pendukung. Dengan begitu citra klasik yang ingin disampaikan oleh Axial Garage bisa dimengerti, mudah dipahami, dan dikenal luas oleh penggemar motor klasik.

Jadi, identitas visual merupakan hal yang sangat penting pada sebuah *brand* atau bisnis karena dengan identitas visual sebuah perusahaan bisa dikenal lebih luas dan mendapatkan *awareness* lebih sehingga apabila terdapat permasalahan-permasalahan mengenai *brand identity*, merek tersebut sebaiknya harus membenahi apa yang menjadi poin permasalahan dari identitas itu sendiri yang berdampak pada aspek-aspek luar desain seperti penurunan *sales* atau bahkan citra tidak tersampaikan dengan baik dan kesalahpahaman persepsi dari masyarakat itu sendiri mengenai pandangan *brand* tersebut.

## 5.2 Saran

Perancangan ulang merupakan sebuah proses dimana seorang desainer berusaha untuk melakukan desain dari awal hingga akhir mengenai suatu hal. Perancangan ulang identitas visual sama halnya dengan pernyataan sebelumnya, proses tarjadinya suatu desain pada suatu *brand* sangatlah panjang tahapan-tahapannya hal tersebut memiliki alasan yakni riset yang mendalam mengenai persmasalahan yang dialami oleh *brand* tersebut sampai proses *market validation* yang prosesnya sangat panjang. Oleh karena itu *time management* merupakan hal

yang sangat penting pada proses desain. Dengan mengatur waktu atau jadwal yang terjadwal, desainer bisa menikmati proses perancangan tanpa memikirkan hal-hal yang membuat cemas.

Selain itu penulisan dalam laporan juga harus bisa dimengerti aturan-aturannya pada saat menulis maupun pada proses asistensi kepada dosen pembimbing. Selain itu dosen pembimbing juga memiliki peran yang sangat penting dalam proses penyelesaian suatu karya ilmiah atau tugas akhir, dengan kita rajin-rajin melakukan asistensi kepada dosen pembimbing arahan mengenai hal yang salah dan benar bisa terlihat dengan jelas dan jalan menuju ke depan bisa berjalan dengan baik. Berikut merupakan saran-saran yang sekiranya bermanfaat untuk penulis dan pembaca:

### 1. Dosen/ Peneliti

Untuk dosen pembimbing, penulis menyarankan dan memberi harapan agar pada saat proses bimbingan bisa dibuat lebih baik kedepannya agar performa dalam proses ajar bisa lebih meningkat, hal tersebut dikarenakan performa yang diterima oleh penulis sudah sangat baik, jelas dan terorganisir. Saran bagi peneliti yakni agar pada saat mengerjakan desain atau hal lain bisa lebih terjadwal dan tidak menunda-nunda dalam proses penggerjaan agar hasil yang didapat bisa maksimal dan detail, lalu untuk penerapan pada media-media atau implementasi, disarankan untuk bisa lebih mengeksplorasi desain yang lebih variatif, tidak hanya meletakan logo pada media-media sekunder namun juga menambahkan elemen yang memiliki fungsi pendukung berdasarkan konsep atau citra *brand* yang ingin dibangun.

### 2. Universitas

Pada perancangan ini diharapkan menjadi sarana berbagi ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi tentang perancangan ulang identitas visual pada suatu merek yang nantinya bisa dipelajari dan diakses melalui *Knowledge Center* dengan tujuan untuk bisa dipelajari serta dikembangkan lebih lanjut oleh generasi-generasi selanjutnya.