

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Perancangan Identitas Visual Khairo Tour ini sebagai tugas akhir yaitu dimulai dengan mengetahui permasalahan yang ada. Dalam identitas visual tentunya harus berdasarkan entitas dari perusahaan tersebut seperti value, motto, visi misi dan lainnya. Khairo Tour tidak memiliki identitas visual yang mencerminkan dari entitas Khairo Tour itu sendiri. Maka dari itu dilakukan perancangan ulang identitas visual yang mencitrakan Khairo Tour itu sendiri. Dengan mencari value dari perusahaan ini tentunya penulis melakukan beberapa wawancara yang dilakukan kepada Ibu Fatma selaku pemilik Khairo Tour dan Ibu Iin Tursinah selaku jamaah dari Khairo Tour. Wawancara dilakukann untuk mendapatkan data yang diinginkan yaitu seputar value dari Khairo Tour itu sendiri. Setelah mendapatkan value lalu masuk ke tahap perancangan yang dimana penulis menggunakan metodologi perancangan Alina Wheeler dalam bukunya *Designing Brand Identity* (2013). Tahap dari awal yaitu *brainstorm* masuk ke sketsa lalu digitalisasi sampai dengan pengembangan dan *me-manage* identitas visual yang ada. Kesimpulan dari diatas penulis mendapatkan banyak pelajaran bahwa identitas visual itu bukan hanya terlihat bagus secara visual, melainkan banyak pertimbangan yang harus diperhatikan agar identitas visual suatu perusahaan yang dibuat dapat sesuai dengan entitasnya yang dimana juga proses mendesain selalu berhubungan dengan *audiens* dan dalam pembuatan identitas visual yang baik itu harus baik dan sesuai dari segi

yang tidak terlihat yaitu entitas dan yang membantu membuat itu hasil yang maksimal juga diiringi dengan visualisasi yang baik dan sesuai dengan teori-teori yang ada.

5.2. Saran

Dalam perancangan sebuah identitas tentunya harus berdasarkan entitas dari perusahaan tersebut seperti visi misi, value, dan lainnya mengenai perusahaan tersebut dan identitas visual juga harus mempunyai kekonsistenan dan tentunya dari apa yang dibuat harus selalu ditujukan dan sesuai dengan target yang dituju. Setelah perancangan itu selesai untuk menjaga kekonsistenan diperlukan GSM bagi perusahaan tersebut. Citra dari perusahaan yang dituangkan kedalam identitas visual harus diterapkan di berbagai media. Sebagai penulis yang merancang identitas visual Khairo Tour ini. di sarankan bagi peneliti yang mengambil topik penelitian serupa diharapkan bersabar dalam proses mencari citra dari perusahaan karena melalui proses yang cukup panjang mulai dari pencarian masalah, mencari solusi dari masalah yang ada, wawancara untuk mencari hasil yang akan dibuat dalam *Big Idea* perancangan ini. setelah itu sampai proses akhir identitas visual terbentuk. Lamanya proses akan berbuah hasil yang sangat memuaskan untuk penulis pribadi. Karena memang sesungguhnya dalam pembuatan identitas itu tidak mudah, dibutuhkan kesabaran dan juga tidak ada yang *instant* dalam proses mendesain. Itulah saran yang penulis berikan untuk para pembaca atau peneliti yang akan mengambil topik serupa.