

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Desain komunikasi visual adalah sebuah konsep disiplin ilmu yang pada dasarnya merupakan sebuah metode penyampaian pesan dari komunikator (desainer) kepada komunikan (khalayak) yang dituangkan dalam bentuk visual. Dalam penyampaian pesan dan gagasan ke dalam bentuk visual, seorang desainer harus memperhatikan prinsip-prinsip desain di antaranya prinsip keseimbangan, prinsip titik fokus, prinsip hirarki visual, prinsip ritme, prinsip kesatuan. Prinsip-prinsip tersebut merupakan hal dasar yang harus dipahami agar desain yang dibuat dapat merepresentasikan pesan yang akan disampaikan agar dapat sampai kepada khalayak. Selain itu, dalam membuat desain seorang desainer harus menggunakan elemen-elemen dasar desain seperti garis, bentuk, warna, kontras, tekstur dan format desain. Elemen-elemen tersebut menjadi pondasi utama dalam membuat sebuah desain agar desain yang dibuat dapat memiliki komposisi yang pas baik secara penggunaan asset, tata letak dan keseimbangan sehingga tidak berlebihan.

Identitas perusahaan adalah sebuah citra yang diperlihatkan oleh sebuah perusahaan dalam upaya untuk dikenal oleh khalayak. Melalui desain grafis, identitas perusahaan dapat ditonjolkan melalui identitas-identitas yang dituangkan kedalam bentuk visual. Hal ini disebabkan oleh desain memiliki wujud sedemikian rupa sehingga dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tertentu. Di samping itu, identitas perusahaan memiliki elemen-elemen utama yang meliputi warna atau bentuk bangunan perusahaan, tipe logo, atribut, samapai dengan seragam dan pakaian resmi perusahaan yang menjadi pembeda yang dapat terlihat secara fisik antara perusahaan satu dan perusahaan yang lainnya. Tujuan utama dari adanya identitas perusahaan ini adalah agar sebuah perusahaan semakin kuat kedudukannya dan dapat dikenali oleh khalayak dengan mudah. Oleh karena itu, dalam membantu penguatan identitas visual sebuah perusahaan, seorang desainer grafis diharapkan mampu membuat desain yang memperlihatkan identitas perusahaan secara jelas seperti dengan menyisipkan logo perusahaan ataupun

dengan penggunaan warna-warna yang melekat dengan identitas sebuah perusahaan.

Jogja Akhir Pekan Edisi Ramadan adalah sebuah program *feature* bernuansa islami dengan informasi yang ringan. Informasi yang disajikan berupa rekomendasi tempat-tempat yang unik dan asik untuk menghabiskan waktu ngabuburit hingga berbuka puasa. Program tersebut ditayangkan di kanal YouTube MQFM Jogja. Dalam proses produksinya, desainer grafis membuat desain *thumbnail* dengan menggunakan panduan warna visual yang digunakan oleh perusahaan 92.3 MQFM Jogja. Selain itu, desain *thumbnail* juga dibuat dengan menyisipkan logo 92.3 MQFM Radio Jogja. Hal ini bertujuan agar dapat memperkuat identitas perusahaan 92.3 MQFM Jogja melalui konten-konten visual yang disajikan di berbagai media milik perusahaan khususnya di kanal YouTube MQFM Jogja.

5.2 Saran

Penulis berharap karya tulis ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai sumber referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, penulis ingin memberikan beberapa saran dan masukan kepada peneliti selanjutnya agar penelitian ke depannya dapat dilakukan secara lebih baik lagi. Pertama, perbanyak membaca penelitian sebelumnya dan menambah literatur tentang penelitian yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, desain grafis dan identitas perusahaan. Kedua, dalam membuat desain sebaiknya memperhatikan prinsip-prinsip desain dan penggunaan elemen-elemen desain dalam desainnya. Ketiga, dalam membuat desain perbanyaklah mencari referensi desain visual yang ada kemudian modifikasikan sesuai dengan selera desain masing-masing. Keempat, selain mencari referensi visual, dalam membuat penelitian tentang desain komunikasi visual, peneliti harus juga membaca referensi penelitian yang berkaitan sebelumnya.