

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam perancangan identitas visual Djoen Leather ini, logo berperan sebagai representasi utama yang mewakili nilai-nilai dari Djoen Leather, karena Djoen Leather merupakan sebuah produk yang berpotensi dengan berhasilnya meraih beberapa penghargaan yang tentunya menjadikan Djoen Leather sebagai salah satu produsen tas kulit yang diperhatikan di tingkat nasional dan bahkan internasional. Logo ini dirancang oleh penulis menggunakan jenis logo yang mengkombinasikan antara sifat elegan, modern, namun juga tradisional. Empat huruf "D" yang di sinergikan oleh huruf "L" menjadi elemen simbol utama karena mencerminkan kinerja utama Djoen Leather yaitu sinergi yang konsisten dan optimal. Pemilihan warna dalam logo ini pun juga memiliki makna tersendiri, penulis memilih warna cokelat yang melambangkan kehangatan serta kestabilan dan juga kedekatan dengan bumi yang tentunya sangat mencerminkan hasil produk dari Djoen Leather. Dan didalam logo juga menggunakan tipografi yang memiliki tingkat keterbacaan yang baik, yaitu menggunakan jenis tipografi *Segoe Script* karena desain font yang bersih dan juga memiliki karakteristik tradisional namun juga dapat disandingkan dengan font-font modern (I Kadek Suka Ardika Yasa, 2024). Identitas visual yang dirancang ini kemudian diimplementasikan ke berbagai media promosi seperti kop surat, stempel, tote bag, kaos, x-banner, stiker, payung, tumbler, dan nota. Dalam penerapannya, disini menggunakan GSM atau *Graphic Standard Manual* untuk menjaga konsistensi dan keseragaman. Dengan begitu, identitas visual juga dapat berfungsi sebagai alat promosi dengan cara menyebarkan informasi, memengaruhi, dan mengingatkan audiens mengenai keberadaan serta keunggulan dari produk Djoen Leather, sehingga dapat dikenali dengan mudah oleh para konsumen atau masyarakat yang sebelumnya tidak mengenal Djoen Leather.

5.2 Saran

Penulis memiliki tujuan dalam perancangan identitas visual ini, yaitu untuk mendukung upaya promosi dari Djoen Leather dan tentunya juga dapat menyampaikan pesan dan nilai-nilai yang Djoen Leather miliki kepada audiens melalui media promosi yang salah satunya adalah logo. Identitas visual berupa logo ini diharapkan dapat merepresentasikan nilai-nilai utama dari Djoen Leather secara optimal dan efektif. Maka dari itu, penulis memiliki dua saran untuk manajemen internal Djoen Leather, dan akademisi.

5.2.1 Manajemen Internal

Maka dari itu, penulis menyarankan kepada manajemen dan internal Djoen Leather untuk selalu menjaga dan mempertahankan atau bahkan mengembangkan nilai-nilai yang telah dikomunikasikan melalui identitas visual ini. Selain itu, konsistensi dalam penggunaan elemen simbol grafis yang terkandung sesuai dengan panduan dalam *graphic standard manual* juga sangat penting untuk mencegah terjadinya inkonsistensi visual yang fatal, terutama ketika sedang dalam tahap pembaharuan media promosi.

5.2.2 Mahasiswa dan Akademisi

Lalu, untuk para mahasiswa, siswa, atau bahkan akademisi yang akan bekerja sama dengan Djoen Leather nantinya di masa yang akan datang sebagai pembuat konten visual juga disarankan untuk merancang berbagai bentuk kegiatan promosi lain berupa video konten yang bertujuan untuk upaya sebuah promosi dan meningkatkan daya tarik para konsumen untuk membeli produk dari Djoen Leather