

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam perancangan ulang identitas visual KALANDRA, digunakan jenis logo *combination mark* yang menggabungkan *logogram* dan *logotype* untuk menyampaikan identitas KALANDRA sebagai *platform* digital dalam monitoring Desa Sadar Hukum di Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk menjaga konsistensi visual, perancangan ini dilengkapi dengan *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman penggunaan elemen identitas di berbagai media. Pemilihan warna dilakukan dengan menerapkan skema warna *complementary* (komplementer), yaitu Biru dan Kuning. Warna Biru merepresentasikan stabilitas, ketertiban, dan legitimasi hukum, yang menegaskan bahwa layanan KALANDRA beroperasi dalam sistem hukum negara yang sah, terpercaya, dan bertanggung jawab, sedangkan Kuning merepresentasikan pencerahan, pengetahuan, dan kesadaran sebagai sumber solusi dan edukasi hukum bagi masyarakat desa. Dalam aspek tipografi, digunakan jenis huruf *Serif* bernama Gildeon, yang memiliki karakter modern dan tegas. Pemilihan *font* ini didasarkan pada tingkat keterbacaan yang tinggi pada media digital serta kemampuannya menyampaikan kesan tegas, kokoh, dan formal. Identitas visual KALANDRA kemudian diimplementasikan pada media utama seperti kop surat, stopmap, dan stempel serta media pendukung kegiatan penyuluhan hukum seperti *X-banner*, *leaflet*, kalender, *polo shirt*, mug, *keychain*, stiker, dan payung.

Perancangan ulang ini diharapkan mampu menghasilkan sistem identitas yang lebih terstruktur, konsisten, dan representatif terhadap nilai serta fungsi KALANDRA. Dengan konsistensi visual yang terstandar, identitas KALANDRA diharapkan dapat membangun *brand awareness* sekaligus memperkuat citra profesional sebagai layanan hukum digital yang kredibel dan mudah dikenali oleh masyarakat desa.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis yang penulis sampaikan berdasarkan karya yang telah penulis lakukan adalah sebagai berikut:

- a. Penulis selanjutnya disarankan untuk mengkaji secara lebih mendalam pengaruh implementasi identitas visual terhadap pembentukan citra organisasi, khususnya pada lembaga layanan publik berbasis digital. Kajian ini dapat dilakukan melalui pendekatan kuantitatif maupun kualitatif untuk mengukur sejauh mana elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi berkontribusi terhadap persepsi profesionalitas, kredibilitas, serta tingkat kepercayaan masyarakat. Dengan ini, efektivitas perancangan identitas visual tidak hanya dinilai dari aspek estetika dan konseptual, tetapi juga berdasarkan dampak nyata terhadap persepsi audiens dan peningkatan *brand awareness* organisasi.
- b. Disarankan agar dilakukan evaluasi berkala terhadap penerapan Graphic Standard Manual (GSM) guna memastikan konsistensi penggunaan identitas visual pada berbagai media komunikasi. Konsistensi visual yang terjaga dalam jangka panjang akan memperkuat recognition dan recall masyarakat terhadap merek. Selain itu, evaluasi ini juga penting untuk menyesuaikan identitas visual dengan perkembangan media digital dan kebutuhan komunikasi organisasi di masa mendatang, sehingga identitas yang telah dirancang tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan konteks sosial maupun teknologi.

5.2.2 Saran Praktis

- a. Bagi pengembangan desain selanjutnya, identitas verbal pada logo KALANDRA perlu dievaluasi guna menghindari ambiguitas makna di kalangan masyarakat perdesaan.

Penggunaan akronim "Anubhawa" yang sarat filosofi sering kali tidak langsung dipahami oleh orang awam sebagai sebuah layanan hukum, ditambah lagi penyertaan teks kepanjangan yang memuat pengulangan kata "Kalurahan/Kelurahan" justru menimbulkan pemborosan kata yang membuat komposisi visual menjadi kurang efektif. Oleh karena itu, disarankan untuk meng-ganti teks kepanjangan logo tersebut dengan menyertakan fungsi mereknya seperti "Monitoring Desa Sadar Hukum" agar identitas visual Kanwil Kemenkum DIY memiliki tingkat kejelasan pragmatis yang tinggi dan pesannya langsung dipahami oleh audiens.

- b. Logo perlu didukung strategi komunikasi lain untuk membentuk identitas visual yang utuh, melalui optimalisasi media digital seperti Instagram dan TikTok, serta sosialisasi langsung guna membangun kepercayaan masyarakat desa terhadap KALANDRA.
- c. Setelah identitas visual dan GSM disusun, diperlukan sosialisasi internal bagi staf atau pengelola konten agar penerapannya konsisten pada seluruh materi publikasi.
- d. Pada tahap lanjutan, KALANDRA disarankan menambah media komunikasi berupa video *motion graphic* atau video profil untuk menjelaskan fitur layanan secara ringkas dan mudah dipahami, khususnya bagi masyarakat pedesaan.
- e. Peningkatan eksistensi dan *brand awareness* KALANDRA juga dapat diperkuat melalui produksi *merchandise* fisik serta penyajian konten edukasi hukum yang berkelanjutan.