

## BAB V

### KESIMPULAN & REKOMENDASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil “Perancangan *Visual Branding* dan Media Promosi Lembaga Pendidikan Seni Ganara Art Jakarta” ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Tugas akhir ini menghasilkan *visual branding* Ganara Art yang diaplikasikan pada berbagai media promosi cetak maupun digital. Pada tahap *clarifying strategy* menghasilkan konsep perancangan yang sesuai dengan identifikasi masalah. Konsep perancangan yang sekaligus menjadi ide utama yaitu “*Art for Everyone*” yang memiliki makna bersama Ganara Art, setiap orang dapat belajar, mengekspresikan diri, melestarikan seni budaya, bergerak dan berdampak melalui seni, karena Ganara memiliki keinginan untuk merangkul dan menyatukan semua orang, baik itu orang-orang yang baru dalam menjelajahi dunia seni, orang-orang yang akan berkreasi, dan bahkan memberdayakan mereka yang telah menemukan kenyamanan dan kepercayaan diri untuk melangkah lebih jauh dalam perjalanan seni mereka seperti seniman dan desainer muda, melalui program-program Ganara Art. Konsep tersebut divisualisasikan dengan mengambil inspirasi dari *art activity* dan *art installation* yang kemudian dirancang dengan gaya desain yang modern dan ekspresif. Konsep tersebut juga menjadi acuan dalam proses perancangan serta untuk menentukan strategi komunikasi visual, sebagai bentuk penyelesaian masalah melalui desain komunikasi visual.
2. Dalam merancang visual branding telah melalui 5 tahap perancangan yaitu *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoint*, dan *managing asset*. Metode yang digunakan dalam perancangan berupa metode penelitian kualitatif yaitu diawali riset mendalam dengan mengumpulkan data-data internal dari lembaga pendidikan seni Ganara Art, yang kemudian data-data tersebut dianalisis, untuk menghasilkan konsep perancangan

3. Dalam mengaplikasikan visual branding, Sangat penting untuk memilih media yang tepat, untuk menarik perhatian audiens, serta memudahkan audiens dalam memperoleh informasi Ganara Art, hingga dapat memunculkan *brand awareness*. Penulis melakukan perancangan *visual branding* ini, dengan membuat identitas visual berupa warna, tipografi, elemen grafis hingga ilustrasi yang menjadi ciri khas dari Ganara Art dalam Upaya memperkuat branding Ganara Art, serta bisa menjadi pembeda diantara para kompetitor. Selanjutnya visual branding ini diaplikasikan pada media promosi digital maupun cetak.

## **B. Rekomendasi**

Setelah menyelesaikan proyek tugas akhir perancangan visual branding dan media promosi, penulis memiliki rekomendasi untuk beberapa pihak:

1. Dalam perancangan visual branding dan media promosi perlu melalui beberapa proses untuk menghasilkan karya desain yang baik dan dapat menyelesaikan permasalahan, dengan dilakukan riset mendalam mengenai bisnis dan target audiens.
2. Untuk menjaga konsistensi visual pada citra Lembaga Pendidikan Seni Ganara Art, yang diaplikasikan pada berbagai media untuk memperkuat *branding* Ganara Art. Oleh karena itu, penulis membuat *brand guidelines* yang dapat digunakan untuk membuat desain yang konsisten saat digunakan dan diaplikasikan pada berbagai media.