

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bagian pertama dari bab ini akan menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan. Kesimpulan ini akan merangkum jawaban atas pertanyaan penelitian dan memberikan gambaran yang jelas tentang pencapaian tujuan penelitian. Kesimpulan yang dibuat akan mengacu langsung pada rumusan masalah dan hipotesis yang telah diajukan, memberikan penjelasan yang ringkas namun komprehensif mengenai hasil dari penelitian ini.

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah peneliti lakukan terhadap perusahaan Tirta Guna Mandiri mengenai identitas visual perusahaan pada tahap awal yang peneliti lakukan yaitu melakukan observasi dan wawancara secara langsung kepada pihak perusahaan untuk mengumpulkan data, data yang peneliti dapatkan yaitu mengenai informasi perusahaan secara detail kemudian peneliti analisis data tersebut menggunakan analisis data 5W1H (*what, who, when, why, where, how*) secara deskriptif. Dari hasil data yang sudah di analisis peneliti dapat merancang konsep yang sesuai dengan identitas perusahaan Tirta Guna Mandiri. Perancangan konsep identitas visual dibuat dengan melihat karakteristik perusahaan kemudian bidang usaha yang sedang dijalani maka dalam pembuatan konsep ini peneliti menyesuaikan sesuai dengan karakteristik yang energik dan futuristik peneliti gunakan dalam perancangan bentuk logo kemudian karena perusahaan bergerak di bidang air maka peneliti menggunakan warna biru dengan *flat design* pada *brand guideline* untuk merepresentasikan kesan futuristik yang *simple*.

Hasil perancangan ulang identitas visual Tirta Guna mandiri ini yaitu *brand guideline* yang di cetak ukuran B5 *landscape* maupun PDF sebagai panduan media visual yang berisi logo, tipografi, warna dan *supergraphics*. Digunakan ke beberapa media pendukung yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan seperti *stationery* (amplop, *id card*, lanyard, *notebook*, *letterhead* dan kartu nama), *merchandise* (*polo shirt*, *tumbler*, mug, *sticker*, *key chain*, *t-shirt*, *goodie bag*) dan juga video *motion graphics* singkat yang didalamnya berisi transisi logo lama ke logo baru perusahaan yang dapat diakses melalui *scan barcode* di *cover* belakang

brand guideline. Melalui perancangan identitas visual perusahaan ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memperkuat identitas visual dengan memiliki ciri khas tersendiri yang berbeda dengan perusahaan lainnya dan mengembangkan identitas visual secara konsisten di semua media.

5.2 Implikasi

Penelitian mengenai perancangan identitas visual untuk perusahaan Tirta Guna Mandiri mendapatkan implikasi yang sangat penting dalam memperkuat citra merek dan meningkatkan daya saing di industri yang sangat kompetitif. Identitas visual dirancang dengan baik, mencakup elemen – elemen seperti logo, warna, tipografi, dan *supergraphics* yang berfungsi untuk pengenalan merek perusahaan. Dengan penggunaan identitas visual yang konsisten dan juga sesuai dengan karakteristik perusahaan ini akan menciptakan kesan pertama positif yang membedakan diri dengan kompetitor yang ada di industri ini. Dalam perancangan ulang identitas visual ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dan perkembangan industri melalui identitas visual yang kuat dan efektif dapat memberikan keuntungan dan mendukung pertumbuhan serta inovasi jangka panjang di industri yang kompetitif.

5.3 Rekomendasi

Setelah mendapatkan hasil dari perancangan identitas visual perusahaan Tirta Guna Mandiri, dalam hal ini peneliti akan memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Tirta Guna Mandiri

Perusahaan Tirta Guna Mandiri, peneliti melihat peningkatan perusahaan sangatlah pesat mulai dari tahun 2023, telah bekerjasama dengan beberapa perusahaan/lembaga dan individu. Akan lebih baik lagi jika perusahaan memanfaatkan teknologi dengan penggunaan *website* dan media sosial secara aktif untuk meraup laba dan keuntungan yang banyak melalui beberapa kerja sama bisnis salah satunya yaitu menumbuhkan kepercayaan pada mitra bisnis dengan memiliki *branding* sosial media yang lebih baik.

Penggunaan *brand guideline* diharapkan dapat mengikuti pedoman sesuai dengan aturan yang sudah tertulis di dalam panduan, untuk mempertahankan elemen visual secara konsisten dan citra merek yang telah dibangun.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, dalam melanjutkan penelitian diharapkan untuk berfokus pada media promosi digital perusahaan, dengan mengelola sosial media yang baik dan konsisten, kemudian juga melihat perusahaan belum memiliki *website* resmi yang bisa dijadikan untuk lanjutan dari penelitian ini.