

BAB V. KESIMPULAN & SARAN

V.1. Kesimpulan

Dengan adanya perubahan target audiens dari B2B (business to business) menjadi B2C (business to customer) yaitu memfokuskan ibu rumah tangga sebagai konsumen utama sehingga Ciptarasa Garam Madasari merancang ulang logo perusahaan. Logo ini merupakan jenis logo kombinasi antara logogram yang merupakan logo *abstract* dan *logotype* yang merupakan logo *wordmark*. Redesain logo dilakukan untuk meningkatkan identitas perusahaan menjadi lebih kuat dan mudah diingat oleh audiens. Logo baru ini menggabungkan elemen-elemen laut dan garam yang secara simbolis merepresentasikan esensi produk perusahaan. Warna biru pada logo mewakili kedekatan dengan laut sedangkan warna putih melambangkan kemurnian garam. Kejelasan dan keterbacaan pada logo menjadi fokus utama dalam rancangan logo ini. Nama “Ciptarasa Garam Madasari” tertulis jelas dalam bentuk *wordmark*, sehingga akan cepat dikenali oleh audiens. Logo *abstract* berada di samping kiri logo *wordmark* dengan jelas sehingga akan dapat diingat oleh audiens. Logo kombinasi ini memberikan gambaran sederhana dan minimalis sesuai dengan tren desain yang relevan pada saat ini. Logo ini akan diaplikasikan secara konsisten pada aplikasi media.

V.2. Saran

Identitas visual perusahaan harus dirancang sesuai *manual guideline book* oleh perusahaan, sehingga pengaplikasian logo pada media akan teratur dan konsisten, relevan, dan atraktif pada masa audiens sekarang. Saran dari dosen penguji bahwa identitas visual ini akan meningkatkan citra perusahaan. Identitas visual ini akan manata kembali pada aplikasi media. Pengaplikasian media harus diaplikasikan sesuai *manual guideline book* yang sudah dibuat. Saran dosen penguji untuk penulis yaitu lebih eksplorasi lagi tentang logo dan elemen yang akan dibuat.