

BAB V KESIMPULAN

V.1. Kesimpulan

JAM WISATA merupakan agen penyedia jasa perjalanan Haji & Umroh di Kota Bandung yang masih tetap beroperasi memberangkatkan calon jamaah ke Baitullah secara khusus ataupun ketempat-tempat pariwisata secara umum. Dalam keberjalanannya tentu akan ada permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, baik dari sisi managerial atau oprasional. Tidak terkecuali permasalahan dalam *visual identity* yaitu logo.

Visual identity yang JAM WISATA gunakan sekarang menjadi cikal bakal terbentuknya perusahaan, lebih jauh lagi logo sebagai identitas pengenal yang akan ingat oleh khalayak. Dengan demikian perlu adanya perancangan ulang terhadap sebuah identitas perusahaan berdasarkan hasil observasi, wawancara serta kuesioner yang disebarakan.

Dari data yang dikumpulkan, merujuk pada sebuah kesimpulan dimana memang logo yang ada sekarang, merupakan logo yang dibuat secara spontan tanpa memikirkan proses perancangan dan penerapannya, terlebih dalam proses perancangan logo tersebut menggunakan asset dari internet sebagai *resource element* untuk pembuatan logo JAM WISATA. Ini dinilai sebagai aktivitas yang mengurangi esensi dari sebuah perancangan logo yang ideal menurut David E.Carter. dimana David menyebutkan bahwa, ada 6 poin penting yaitu: *Original & Desctinctive, Legible, Memorable, Simple, Easily associated with the company, Easily adaptable for all graphic media.*

Berdasarkan 6 poin perancangan dari David E.Carter diatas peneliti berkeyakinan poin-poin tersebut dapat menjadikan sebuah perncangan logo itu dinilai baik dan menghasilkan output logo yang ideal. Oleh karena itu peneliti bermaksud menghadirkan alternatif perancangan identitas visual JAM WISATA melalui logo dengan pendekatan teori dari David E. Carter diatas, dan berharap menjadi sebuah Solusi dari masalah identitas visual yang sedang di hadapi oleh JAM WISATA.

V.2. Saran

Berdasarkan data temuan di lapangan serta perancangan peneliti memberikan saran yang menjadi pertimbangan bagi JAM WISATA atau penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Merujuk pada data temuan secara langsung, pihak perusahaan diharapkan memperhatikan penerapan logo pada media-media yang akan dibuat. Dengan mempertimbangkan ukuran logo serta jenis media, dikarenakan masing-masing alat cetak mempunyai kemampuan cetaknya. Mengingat JAM WISATA adalah perusahaan bergerak dibidang jasa *travel* agen pariwisata. Memungkinkan akan ada banyak sekali media pendukung yang akan dicetak.

Dengan mempertimbangkan serta melakukan perancangan dengan baik diharapkan identitas visual baru yang sudah ada menjadi lebih konsisten di berbagai media. sehingga khalayak bisa dengan mudah mengenali JAM WISATA. Kendati demikian aktivitas promosi atau kemarketingan harus dijalankan secara berbarengan dengan aktivitas kegiatan pariwisata. Agar masyarakat dikemudian hari bisa mengenal JAM WISATA di kemudian hari.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Permasalahan dalam sebuah perusahaan menjadi pertimbangan paling utama untuk menemukan sebuah solusi perancangan yang diperlukan oleh perusahaan. referensi pendekatan teori David E.Carter yang dilakukan perlu dipertimbangkan sebagai rujukan, apakah teori tersebut masih relevan dengan pendekatan perancangan suatu desain di dunia sekarang.