

BAB V. Kesimpulan dan Saran

V.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan dari hasil perancangan identitas visual Yessika Roti melalui logo dan aplikasinya. Perancang mendapatkan banyak pengetahuan tentang keterikatan antara sebuah identitas dalam sebuah bisnis perusahaan, selain itu perancangan pun mulai mempelajari sebuah sejarah identitas, persepsi konsumen, dan berusaha mengatur sebuah identitas yang khas agar mampu berfungsi dengan efektif. Sebuah identitas sebenarnya sangat sederhana, namun perancang merasakan kesulitan terutama pentingnya sebuah persepsi konsumen yang kenyataannya memiliki beragam persepsi, sudut pandang, dan tidak bisa dengan mudah ditebak, sehingga perancangan sebuah identitas sebenarnya memerlukan riset yang mendalam untuk mendapatkan persepsi dan citra yang diharapkan agar mudah diterima oleh khalayak yang ingin dituju, yang tentunya memerlukan dukungan dari semua elemen baik identitas visual dan fakta di lapangan. Selain itu, sebuah teknis produksi pun ternyata tidak semudah yang dibayangkan, diperlukan melakukan survei untuk memperkaya pengetahuan tentang penyiapan rancangan dokumen *artwork*, perhitungan ukuran, alat, warna, biaya, material, agar efektif dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Pada hal tersebut perancang merasa sangat kesulitan karena perlu memperhitungkan segalanya dengan baik. Identitas visual ternyata memiliki peran yang amat penting bagi masyarakat yang menjalankan usahanya, tanpa disadari hampir semua pedagang memiliki identitas visual agar konsumen lebih mudah mengidentifikasi perusahaan tersebut dengan baik, bahkan sebuah identitas visual dapat mempengaruhi persepsi konsumen pada pandangan pertama yang pada umumnya manusia terbiasa menilai visual terlebih dahulu, seperti pada tahun 2020 ini sering muncul muncul pepatah “estetik”, dan “keadilan sosial bagi seluruh rakyat *good looking*”.

V.2 Saran

Perancang memiliki saran pada perancangan selanjutnya, karena perancangan ini tentunya memiliki banyak kekurangan, perancang hanya membuat identitas dengan dasar kesan yang perancang rasakan sendiri, karena sebenarnya perasaan semua orang terhadap sebuah identitas tidaklah sama, persepsi sebuah *brand* tidaklah sama pada setiap orang, sehingga perancang menyarankan untuk melakukan riset yang lebih mendalam dalam merancang sebuah identitas, seperti melakukan survei kepada khalayak apa yang mereka rasakan dan mereka inginkan. Selain itu, walau perancang adalah perancang, namun perancang haruslah menguasai pengetahuan teknis, terutama dalam sebuah produksi, percetakan, dan lain-lain yang tentunya pikiran perancang haruslah sesuai dengan pikiran seorang teknis produksi. Janganlah meremehkan bidang-bidang yang dianggap sederhana, karena semuanya perlu memiliki pengetahuan.