

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Redesain identitas visual Base Artisan dilakukan untuk mengatasi permasalahan inkonsistensi visual yang menyebabkan karakter *brand* belum tersampaikan secara optimal kepada audiens. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, audit visual, dan analisis SWOT, ditemukan bahwa kekuatan utama Base Artisan terletak pada proses pengerjaan *handmade*, penggunaan material alami, serta kualitas produk yang memiliki nilai guna jangka panjang. Karakter tersebut menjadi dasar dalam merumuskan arah identitas visual yang lebih relevan dengan *brand*.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa karakter tradisional *handmade* tidak harus ditampilkan melalui pendekatan visual yang rumit atau terlalu tradisional, melainkan dapat diolah menjadi identitas visual yang lebih sederhana, namun tetap elegan dengan mempertahankan nilai yang dimiliki. Kelebihan dari perancangan ini terlihat melalui penerapan logo, warna, tipografi, dan elemen yang terstruktur dibandingkan identitas visual sebelumnya. Sistem visual yang dihasilkan lebih fleksibel untuk diterapkan di berbagai media, dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Sehingga mampu mempermudah audiens dalam mengenali, mengingat *brand*, serta membangun *brand image* yang premium. Kemudian menjadi peluang baru bagi *brand* yang awalnya fokus pada pasar ekspor sebagai sebuah produk, menjadi sebuah *brand* yang bisa dipromosikan ke pasar lokal dengan konsisten.

Melalui sistem identitas visual yang baru, Base Artisan memperoleh diferensiasi yang lebih jelas dibandingkan kompetitor, karena bisa menonjolkan unsur tradisional dengan kesan yang *modern* dan memiliki sistem visual yang lebih lengkap dan terstruktur. Meskipun efektivitasnya terhadap peningkatan *brand awareness* belum dapat diukur secara langsung dalam jangka panjang, identitas visual yang dirancang telah memberikan landasan komunikasi visual yang lebih kuat sebagai upaya membangun citra *brand* yang profesional.



B. Saran

Berdasarkan hasil perancangan redesain identitas visual Base Artisan ini, terdapat beberapa saran yang bisa menjadi pertimbangan bagi Base Artisan dan untuk peneliti atau perancang selanjutnya. Pertama, Base Artisan perlu menerapkan identitas visual yang konsisten pada seluruh media agar citra *brand* yang ingin dibangun dapat tersampaikan kepada audiens, karena konsistensi dalam pengaplikasian logo, warna, tipografi, supergrafis, dan elemen visual lainnya sangat penting untuk memperkuat *brand awareness* dan meningkatkan *brand recall* konsumen. Kemudian, Base Artisan perlu mencoba untuk melakukan kolaborasi dengan *brand* lain dan mengadakan *event* atau *workshop* yang bertema kerajinan, *fashion*, dll. agar *awareness* lebih terbangun di kalangan audiens.

Kedua, bagi peneliti atau perancang selanjutnya, perancangan ini diharapkan bisa menjadi referensi dalam merancang identitas visual *brand* khususnya untuk *brand fashion* lokal *handmade*. Lalu, disarankan untuk memulai proses perancangan sejak awal dan membuat target dan jadwal kerja yang teratur dan disiplin setiap harinya. Melalui kebiasaan mengerjakan sehari sedikit demi sedikit, memahami kembali hasil riset yang telah dilakukan, eksplorasi referensi visual di internet (*behance*, *pinterest*, dll) dan studi kompetitor sangat membantu untuk mengurangi *creative block* (buntu ide) selama proses pengerjaan. Seringlah melakukan komunikasi dan wawancara kepada pihak *brand*, dosen, dan meminta saran kepada teman-teman agar menghasilkan solusi dan menjadi lebih paham dengan apa yang sedang dirancang. Lakukan evaluasi jangka panjang terhadap hasil perancangan implementasi identitas visual kepada audiens dan pihak owner. Adanya evaluasi tersebut, berguna untuk mengetahui sejauh mana identitas visual yang dirancang mampu membangun citra *brand*. Dengan menggabungkan proses riset yang baik, komunikasi yang rutin, konsisten setiap hari, dan keterbukaan terhadap masukan, proses perancangan akan berjalan lebih lancar serta menghasilkan karya yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Aaker, David. (2014) *Aaker On Branding*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2020). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Darmawanto, Eko. (2019) *Perancangan Identitas Visual*. Jepara: Penerbit UNISNU PRESS
- Kotler dan Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kristiyono, J. (2020). *Komunikasi Grafis*. Jakarta: KENCANA.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Neumeier, M. (2003). *The brand gap: How to bridge the distance between business strategy and design*. New Riders Publishing.
- Rustan, S. (2020). *Layout 2020*. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Simamora, B. (2002). *Aura merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wheeler, A. (2013). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team (4th edition)*
- Wibowo, I. (2013). *Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta: BUKU PINTAR.

B. Jurnal

- Agustin, A. K., & Hidayati, L. (n.d.). *Redesain Kebaya Modern Di Maya Raisa Kebaya & Make up Surabaya*.
<https://share.google/SN4CCIZMetzypZv0o>
- Ficky, F. A. (2023). (SEBUAH ALTERNATIF) PENGEMBANGAN SKEMA PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL BAGI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *JURNAL Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, 5(1), 8–33.
<https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v5i1.141>
- Muhammad Furqon Nurfikri & Fauzan Aulia. (2023). Redesain Identitas Visual SMK Taruna Bangsa Kota Bekasi. *TUTURAN: Jurnal Ilmu*

Komunikasi, Sosial dan Humaniora, 1(4), 34–42.
<https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.492>

Pratama, Z. V. N., & Mutmainah, S. (2021). *KARAKTERISTIK PRODUK KERAJINAN BAMBU KARYA MUJIANA DI DESA SUMBER CANGKRING, GURAH, KEDIRI*. 9(2).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/va/article/view/40046>

Widyasari, Anugerah Dany Priyanto, Angky Wahyu Putranto, & Teti Estiasih. (2023). Redesain Logo CV. Milknesia Nusantara sebagai Identitas Visual Perusahaan. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 5(2), 141–148. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v5i2.158>

Yuwono, A., & Indrajit, R. (2020). *Pengantar Konsep Dasar Design Thinking*. Penerbit ANDI.
<https://doi.org/10.35134/judikatif.v5i2.158>



LAMPIRAN

REDESAIN IDENTITAS VISUAL BRAND BASE ARTISAN .pdf

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	www.researchgate.net Internet Source	1 %
2	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	1 %
3	repository.dinamika.ac.id Internet Source	1 %
4	digilib.isi.ac.id Internet Source	1 %
5	adoc.pub Internet Source	1 %
6	Submitted to Trisakti University Student Paper	<1 %
7	bob.kemenparekraf.go.id Internet Source	<1 %
8	library.binus.ac.id Internet Source	<1 %
9	multimediakarbak.blogspot.com Internet Source	<1 %

Gambar 5. 1 Hasil Turnitin
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2026)