

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan komunikasi visual aktivasi jenama Helutrans Yogyakarta dalam proses perancangannya telah melalui beberapa tahapan. Hal-hal yang perlu diperhatikan sebelum melakukan perancangan adalah menggali data seputar objek perancangan yaitu Helutrans Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, kuesioner dan *consumer journey*. Permasalahan yang ditemukan di dalam hasil pengumpulan data adalah minimnya media informasi dan promosi tentang Helutrans Yogyakarta. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap target audiens sejumlah 112 orang, menunjukkan bahwa 77 orang tidak mengetahui dan hanya 35 orang mengetahui.

Minimnya media informasi dan promosi menjadi peluang bagi perancang untuk memberikan solusi pemecahan masalah melalui desain komunikasi visual. Tujuannya agar seniman muda di Yogyakarta lebih mengenal Helutrans Yogyakarta terutama terkait pengetahuan dan keterampilan penanganan karya seni rupa. Solusi yang ditawarkan perancang adalah rancangan komunikasi visual aktivasi jenama sebagai media promosi Helutrans Yogyakarta. Aktivasi merupakan suatu bentuk kegiatan promosi yang dilakukan dengan berinteraksi lebih dekat dengan target audiens melalui berbagai kegiatan.

Memasuki tahapan perancangan, metode yang digunakan adalah metode berpikir desain Tim Brown dan didukung dengan metode *mind mapping*.

Penerapan pendekatan berpikir desain Tim Brown digunakan menggabungkan pemikiran kreatif dan analisis, kemudian menerapkannya untuk memecahkan permasalahan. Sedangkan *mind mapping* digunakan sebagai alat untuk menjaring ide, konsep dan media komunikasi visual yang akan dirancang. Untuk lebih memperkuat objektivitas perancangan, ide dan konsep perancangan merujuk pada penerapan teori utama dan pendukung sebagai dasar asumsi atas setiap keputusan kreatif.

Perancangan menghasilkan temuan berupa rancangan desain komunikasi visual aktivasi jenama dalam bentuk rancangan pameran yang diberi judul "*Handling Artwork Professionally*". Berbeda halnya dengan perancangan serupa, perancangan aktivasi jenama Helutrans Yogyakarta mencoba merancang ruang pamer yang memungkinkan interaksi langsung dengan target audiens. Rancangan pameran meliputi rancangan media utama beserta media pendukung yang dihadirkan di dalam media utama pameran. Media utama dirancang dengan menerapkan konsep *environmental* desain yaitu desain ruang pameran. Ruang pamer dirancang sebagai bentuk aktivasi Helutrans Yogyakarta, promosi, sekaligus menciptakan ruang interaksi antara Helutrans Yogyakarta dengan target audiens. Rancangan pameran dilengkapi dengan berbagai media pendukung yang diperoleh dari hasil *consumer journey* kepada target audiens. Visual yang dihadirkan dalam media utama dan media pendukung mengadopsi gaya desain *swiss*.

Sebagai sumbangsih dalam bidang keilmuan dan karya ilmiah desain komunikasi visual, hasil dari perancangan ini dapat dijadikan sebagai referensi

tentang proses perancangan komunikasi visual aktivasi jenama guna mempromosikan Helutrans Yogyakarta dan juga menjadi bagian dari objek perancangan baru di dunia desain komunikasi visual.

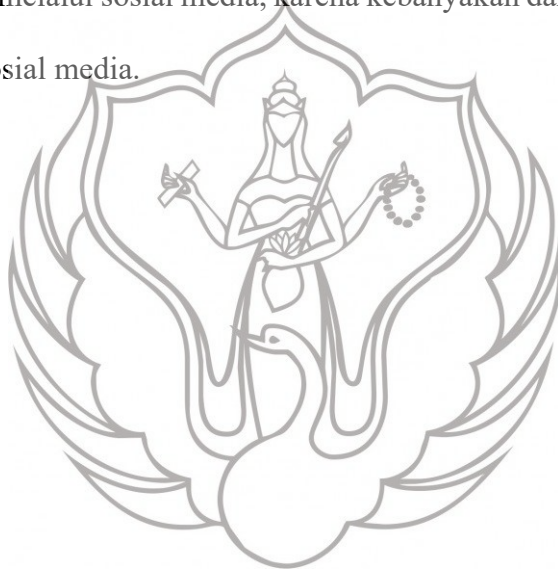
B. Saran

Saran bagi perancang desain komunikasi visual diharapkan mampu memberikan solusi terhadap permasalahan serupa. Diharapkan mampu melakukan pengembangan kembali berdasarkan tujuan dan manfaat perancangan. Mampu mengaplikasikan metode berpikir desain Tim Brown dengan tahapan *Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*. Mengembangkan media dari hasil consumer journey terhadap target audiens agar mampu memberikan solusi alternatif pemecahan permasalahan desain komunikasi visual sesuai kebutuhan target audiens. Serta menerapkan *mind mapping* untuk membantu proses perancangan dalam memfokuskan tema, ide, dan gagasan untuk pemecahan permasalahan.

Saran untuk Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta diharapkan dapat menambahkan pustaka untuk membantu mahasiswa yang melakukan penelitian/perancangan desain komunikasi visual agar memiliki bekal ilmu dan pengetahuan berkaitan dengan aktivasi jenama atau brand activation, penanganan karya seni dan pengelolaan pameran, metode berpikir desain Tim Brown, *mind mapping, environmental design* serta desain komunikasi visual.

Adapun saran untuk pihak Helutrans Yogyakarta maupun organisasi penangan seni lainnya, diharapkan bisa memberikan pelayanan yang lebih

profesional, mulai dari publikasi, promosi, komunikasi, keterampilan, pengetahuan tentang karya seni dan penanganannya, serta bisa membagikan pengetahuan tentang penanganan karya seni kepada seniman muda melalui suatu kegiatan misalnya seminar. Hal tersebut akan sangat membantu seniman-seniman muda khususnya yang masih dalam proses studi. Mengingat pada saat ini sosial media sangat berkembang, Helutrans Yogyakarta diharapkan dapat memanfaatkan situasi tersebut untuk melakukan kegiatan promosi dan komunikasi melalui sosial media, karena kebanyakan dari target audiens adalah pengguna sosial media.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Brown, Tim. (2009), *Change by Design*, Harper Collins e-books, New York.
- Fiske, John. (2002), *Introduction to Communication Studies*, Routledge: London.
- Frascara, Jorge. (2004), *Communication Design - Principles, Methods, and Practice*, Allworth Press, New York.
- Heller, Steven & Seymour Chwast. (1988), *Graphic Style –from Victorian to Post-modern*, Harry N. Abrams, New York.
- Hembree, Ryan. (2008), *The Complete Graphic Designer: a Guide to Understanding Graphics and Visual*, Rockport Publisher, USA.
- Jefkins, Frank. (2018), *Periklanan*, Erlangga, Jakarta.
- Kardinata, Hanny. (2015), *Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia I*, DGI Press, Bintaro.
- Kasilo, Djito. (2008), *Komunikasi Cinta: Menembus G-Spot Konsumen Indonesia*, Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta.
- Landa, Robin. (2011), *Graphic Design Solution*, Wadsworth, USA.
- Male, Alan. (2007), *Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective*, AVA Publishing, Singapore.
- Morissan. (2010), *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana, Jakarta.
- Goldblatt, Joe. (2002), *Special Events*, John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Gomez-Palacio, Bryony and Armin Vito . (2009), *Graphic design, referenced : a visual guide to the language, applications, and history of graphic design*, Rockport Publisher, USA.
- Palacio, Bryony Gomez- and Armin Vito. (2009), *Graphic design, referenced : a visual guide to the language, applications, and history of graphic design*, Rockport Publisher, USA.
- Pudjiastuti, Wahyuni. (2010), *Spesial Event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Rustler, Florian. (2012), *Mind Mapping for Dummies*, Wiley, England.

Samara, Timothy. (2014), *Design elements: a graphic style manual: understanding the rules and knowing when to break them*, Rockport Publisher, USA.

Santoro, Scott W. (2014), *Guide to Graphic Design*, Pearson, USA.

Shimp, Terence A. (2004), *Periklanan & Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Erlangga, Jakarta.

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2019), *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*, Kanisius, Yogyakarta.

Susanto, Mikke. (2016), *Menimbang Ruang Menata Rupa*, Dicti Artlab, Yogyakarta.

Karya Ilmiah

Ardani, Nurul Aqmarina. (2019), “Perancangan Komunikasi Visual Informasi Pola Makan Anak DM 1 dalam Bentuk Desain Permainan Papan”. Tesis (Yogyakarta: Penciptaan DKV, Pascasarjana ISI Yogyakarta).

Finanda, Septi Asri. (April 2017), “*Brand Activation D’nyon2 n’ D’nyin2*”. Tesis (Yogyakarta: Penciptaan DKV, Pascasarjana ISI Yogyakarta).

Kusumasari, Adita Ayu. (2017), “Perancangan Infografis dalam Kampanye Asi Eksklusif untuk Ibu Bekerja”. Tesis (Yogyakarta: Penciptaan DKV, Pascasarjana ISI Yogyakarta).

Renzina, Yudha Delonix. (2019), “Perancangan Komunikasi Visual *Brand Activation Sparkling* Surabaya melalui *Ambient Media*”. Tesis (Yogyakarta: Penciptaan DKV, Pascasarjana ISI Yogyakarta).

Sahisnu, Diptya Aristo. (2019), “Perancangan Identitas Merek Budi Daya Ikan Betta di Kampung Dukuh Mantrijeron Yogyakarta”. Tesis (Yogyakarta: Penciptaan DKV, Pascasarjana ISI Yogyakarta).

Jurnal

Hakim, Aziz Adisurianto dan Yanuar Rahman. (Maret 2017), “Perancangan Media Promosi Perusahaan Arnis Wigati (AW)” dalam Jurnal Demandia Telkom, 2/1, Universitas Telkom, Bandung.

Morel, Paul, Peter Preisler dan Anders Nystrom. (Februari 2002), “*Brand Activation*” dalam Jurnal Starsky Insight, Starsky, Sweden.

Noviasri, Rizky, Trias Widha Andari dan Irni Resmi Apriyanti. (Desember 2019), “Perancangan Buku Cerita Bergambar Petualangan Anak Pesisir: Ksatria Masin sebagai Media Pengenalan Makanan Khas Gresik untuk Anak-anak”

dalam Jurnal Komunikasi Visual Ultimart, Vol.12 No. 2, UMN, Tangerang, Banten.

Majalah

“Kupas: Environmental Graphic Design”, Concept, Volume 4 Edisi. 23, Concept Media, Jakarta.

Webtografi

Awita Ekasari Larasati. (31 Agustus 2018), *International Design School, Kenali Berbagai Aliran dalam Desain*, <https://idseducation.com/articles/kenali-berbagai-aliran-dalam-desain-grafis/>, diakses pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 20:48 WIB.

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (13 Juli 2018), Kata Kita Pekan Ini, *Penjenamaan*, <https://instagram.com/p/BILE0EhBI2Z/>, 13 Juli 2018.

Rina Marlina. (1 Februari 2019), *Apa Itu Signage? Definisi dan Jenis Signage yang Perlu Diketahui*, <https://verdant.id/artikel/apa-itu-signage-definisi-dan-tipe-tipe/>, diakses pada tanggal 9 Februari 2020 pukul 17:20 WIB.

Ruang Guru. (22 Februari 2016), *Mind Mapping: Cara Cermat Belajar Cepat, Yuk Dicoba!*, <https://blog.ruangguru.com/belajar-cepat-dengan-mindmap?>. 22 Februari 2016.

Tinarbuko, Sumbo. (20 Maret 2019), *Opini: Penjenamaan Museum*, Harian Jogja, <https://opini.harianjogja.com/read/2019/03/20/543/979261/opini-penjenamaan-museum>. 20 Maret 2019.

<https://flickr.com/photos/associatedfabrication/5370002431/in/photostream/>, diakses pada tanggal 18 Januari 2020, pukul 17:49 WIB.

https://www.helutrans.com/artmove/?page_id=8, diakses pada tanggal 15 Januari 2020.

<http://helutrans.com/artmove/wp-content/uploads/2017/01/about-us/about-us.jpg>, diakses pada tanggal 3 Desember 2019, pukul 17:52 WIB.

Informan

Ricky Zoel, pegawai Helutrans Yogyakarta, wawancara tanggal 23 Januari 2019, di kantor Helutrans Yogyakarta, Wirobrajan, Yogyakarta.