

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Telah dibuat buku *brand guidelines* dari CV. Ridha Cahaya Semesta mengenai penjelasan identitas visual yang didasarkan pada riset, dan dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan serta berperan untuk menjelaskan karakter *brand* atau perusahaan melalui unsur visual yang dapat membangun citra *brand* dalam benak setiap konsumen.

CV. Ridha Cahaya Semesta memiliki karakter sebagai ibu yang berperan sebagai cahaya dalam menjaga dan merawat kesehatan konsumennya. Karakter ini terangkum dalam identitas visual yang terdiri dari logo, warna, tipografi, dan super grafik yang telah diatur dalam *brand guidelines* secara konsisten dan tepat memberikan panduan untuk aplikasi ke berbagai media di masa mendatang. Selain itu, konsistensi dari identitas visual dapat menjaga setiap nilai didalam buku *brand guidelines* untuk dapat disampaikan dengan baik kepada masyarakat luas.

## 5.2 Saran

Saran yang harus dipertimbangkan untuk pengembangan penelitian ini maupun penelitian lain dengan topik serupa meliputi :

- 5.2.1 Dalam pembuatan buku *brand guidelines*, upayakan untuk selalu memperhatikan identitas visual yang telah dirancang agar tetap terjaga konsistensi *brand* dan bisa terus dikembangkan mengikuti tren yang terus diperbaharui.
- 5.2.2 Disarankan untuk terus mencari referensi agar desain semakin kreatif, dan memiliki inovasi baru mengikuti tren serta mampu menarik minat masyarakat dengan media promosi komunikasi visual yang sudah dibuat.
- 5.2.3 Jangan segan untuk menanyakan kritik / saran lebih lanjut mengenai penyesuaian bentuk dari logo dari klien, upayakan rutin melakukan *briefing* kreatif dengan klien dan juga memberikan masukan kepada klien agar tetap terjaga batasan *branding* sesuai dengan ilmu dasar desain grafis dalam bidang *branding*.
- 5.2.4 Pembuatan *brand guidelines* baiknya dibuat dalam dua versi. Versi pertama ditunjukkan untuk dimiliki perusahaan, berisi panduan lengkap yang mencakup seluruh aspek perusahaan. Versi kedua dapat digunakan untuk keperluan promosi atau kerja sama, hanya berisikan pedoman umum logo tanpa halaman terkait informasi perusahaan.