

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

1. EdukaSinau merupakan brand baru yang bergerak di bidang media digital dan creativepreneurship, dengan karakter utama yang edukatif, solutif, dan kreatif. Sebelum dilakukan perancangan, brand ini belum memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten, sehingga belum mampu membangun pengenalan serta pemahaman yang mendalam di benak masyarakat mengenai eksistensinya. Oleh karena itu, perancangan identitas visual menjadi langkah strategis untuk memperjelas karakter brand, menyampaikan nilai-nilai utama, serta membentuk persepsi positif di kalangan target audiens, khususnya generasi milenial dan Gen Z.
2. Proses perancangan dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui analisis SWOT, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Hasil akhir dari perancangan ini mencakup logo utama dan empat logo turunan dari setiap layanan EdukaSinau, sistem warna, tipografi, elemen grafis, serta media pendukung seperti *administratif / stationery* dan *seminar kits*. Seluruh hasil visual dikompilasi dalam buku brand guidelines sebagai acuan dalam menjaga konsistensi identitas visual. Perancangan ini dibuat untuk membangun strategi komunikasi visual yang efektif dalam memperkuat brand awareness dan positioning EdukaSinau.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan brand EdukaSinau:

1. Mengingat EdukaSinau masih berada dalam tahap perintisan dan pengembangan awal, identitas visual yang telah dirancang sebaiknya dimanfaatkan secara maksimal sebagai alat strategis dalam pengenalan brand kepada masyarakat luas. Penerapan elemen-elemen visual seperti logo utama, logo turunan, warna, dan tipografi hendaknya dilakukan secara konsisten dan menyeluruh di berbagai media, baik dalam bentuk digital seperti media sosial, website, maupun media cetak seperti *merchandise*, *seminar kits*, dan *stationery*. Konsistensi penggunaan visual ini sangat penting untuk memperkuat karakter brand, membangun kepercayaan audiens, serta menciptakan asosiasi yang kuat di benak target pasar, khususnya generasi milenial dan Gen Z yang menjadi segmen utama EdukaSinau.
2. Untuk memastikan bahwa *brand guidelines* tetap relevan dan efektif dalam jangka panjang, disarankan untuk melakukan evaluasi dan pembaruan secara berkala terhadap seluruh elemen identitas visual yang telah dirancang. Evaluasi dapat dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek keterbacaan tipografi, kesesuaian warna di berbagai media, serta adaptasi terhadap perkembangan tren desain