

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Perancangan ulang identitas visual Toserba Berkah Jaya ini dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan agar lebih profesional dan lebih dikenal masyarakat. Perancangan identitas visual ini utamanya yaitu pembuatan logo yang di dukung dengan *Brand Guidelines* sebagai panduan penggunaan logo dan identitas visual lainnya agar tercapai konsistensi penggunaan yang baik. Media pendukung lainnya yang dibuat yaitu *stationery kit*, seragam kerja, kebutuhan toko, promosi serta *merchandise*. Perancangan ulang identitas visual ini dimulai dari proses *brainstorming*, penentuan *keyword*, studi visual, sketsa, studi tipografi, studi warna, alternatif logo hingga final logo. Menggunakan konsep logo inisial dan bersahabat dengan memasukkan visi misi perusahaan ini diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan serta mudah dikenali oleh masyarakat.

#### **6.2 Saran**

Perancangan ini dibuat jauh dari kata sempurna karena terdapat beberapa kendala yang di alami oleh penulis. Kurangnya waktu, sulit mendapatkan data serta narasumber yang cukup sulit untuk diambil datanya, dan data yang dihasilkan hanya sekedar cukup untuk mendukung perancangan ini. Perancangan ini yang terbatas hanya pada identitas visual saja menjadikan peluang untuk selanjutnya dilanjutkan oleh peneliti lain untuk ditambah atau dibenahi dari aspek keilmuan lain, seperti dari keilmuan *marketing* mengenai promosi yang akan digunakan untuk meningkatkan pemahaman produk atau jasa yang ditawarkan.