

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Auto Blink merupakan bengkel yang baru pindah 1 tahun yang lalu yang belum memiliki identitas visual berupa logo. Karena *Auto Blink* belum memiliki identitas *visual* berupa logo maupun identitas *visual* lainnya. *Auto Blink* kesulitan untuk meningkatkan *value* (nilai) perusahaannya sehingga kalah saing dengan para pesaing yang sudah lama berdiri di sekitarnya. Selain itu faktor lainnya yakni bengkel *Auto Blink* merupakan bengkel yang maksimalnya 4 mobil dibandingkan dengan bengkel pesaingnya yang besar dan bisa menampung lebih banyak mobil, sehingga mau tidak mau bengkel *Auto Blink* harus bisa bersaing dengan bengkel pesaing yang besar untuk mendapatkan konsumen.

Perancangan identitas visual ini memiliki tujuan untuk meningkatkan *value* bengkel *Auto Blink* dan juga mencapai visi misi *Auto Blink* sehingga bisa menjadi bengkel yang lebih unggul dari kompetitornya. Identitas visual memiliki peran penting bagi *Auto Blink* supaya memiliki ciri khasnya tersendiri dan berbeda dari para kompetitornya, logo dibuat sesuai dengan target audiens yang ada dengan *Brand Personality* yang tepat. Selain itu bengkel *Auto Blink* juga memiliki slogan yang bertujuan untuk menarik minat konsumen agar penasaran dan tertarik memperbaiki kendaraannya di bengkel *Auto Blink*. Slogan *Auto Blink* yakni “Layanan Terbaik Untuk Mobil Anda”

Hasil dari perancangan logo ini dibuat dengan *brand personality* yang simpel, elegan dan profesional sehingga menghasilkan logo yang sesuai dengan target audiens bengkel *Auto Blink*. Logo dibuat dengan menampilkan keunikan yakni inisial bengkel *Auto Blink* (AB) digabung dengan gambar mobil sehingga menggambarkan mobil yang mewakili bengkel yang bergerak di perbaikan mobil. GSM (*Graphic Standard Manual*) yang berisi sebuah panduan dalam penggunaan logo yang bertujuan agar logo yang dibuat tertata dan rapi. Media pendukung juga menjadi pelengkap sehingga tidak hanya menghasilkan karya

berupa logo namun memiliki beberapa karya yang bermanfaat bagi bengkel *Auto Blink* seperti kartu nama, *banner*, surat, baju, *pin*, *mug*, amplop, dan pena.

5.2 Saran

Desain yang dibuat diharapkan bisa mewujudkan visi misi bengkel *Auto Blink* dan meningkatkan *value* kepada konsumen. Berikut adalah saran yang telah penulis simpulkan

1. Logo yang dibuat sesuai dengan *brand personality* dan target audiens diharapkan bisa menjadi jembatan bengkel *Auto Blink* untuk mewujudkan visi misinya dan meningkatnya *value* kepada konsumen
2. Logo yang telah dibuat dan slogan yang ada diharapkan bisa menarik minat para konsumen untuk memperbaiki kendaraannya di bengkel *Auto Blink*
3. Variasi logo yang telah dibuat bisa menjadi multifungsi dan bisa diterapkan di berbagai macam platform
4. Mulai dari warna, *pattern*, *font*, dan media pendukung bisa menjadi ciri khas dari bengkel *Auto Blink* itu sendiri