

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangann maskot sebagai identitas visual klinik Fan Vet Petcare ini dilakukan berdasarkan berbagai permasalahan yang telah diriset oleh peneliti. Kurangnya daya tarik secara visual dalam pembuatan desain promosi, kampanye, maupun konten edukasi yang telah dibuat oleh klinik Fan Vet Petcare menjadi permasalahan utama dari klinik Fan Vet Petcare secara estetika dalam dunia desain. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirancanglah sebuah desain maskot untuk menjadi identitas visual dan sekaligus sebagai media promosi yang baru untuk klinik Fan Vet Petcare Gresik. Dalam memecahkan permasalahan tersebut peneliti menggunakan metode AISAS untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mencari data-data yang diperlukan dalam perancangan maskot tersebut.

Dalam perancangan ini, hasil dari riset dan analisa data yang dilakukan oleh peneliti menghasilkan desain maskot yang diambil dari bentuk kucing berwarna *orange* berdasarkan hasil dari riset yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Maskot yang nantinya menjadi media utama dari perancangan ini akan dibuatkan sebuah instalasi berupa boneka, dan juga terdapat beberapa media pendukung seperti tas *pet cargo* , *graphic standard manual* maskot, x banner, gantungan kunci, desain kaos, dan juga desain untuk konten media sosial. Dengan diterapkannya strategi ini diharapkan peningkatan daya tarik secara visual dari klinik Fan Vet Petcare akan mudah diingat oleh masyarakat luas dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenisnya.

5.2 Saran

Dalam penulisan perancangan ini, peneliti menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti juga menemukan kekurangan-kekurangan dalam perancangan maskot klinik Fan Vet Petcare Gresik sebagai identitas visualnya. Oleh karena itu diharapkan adanya suatu kritik dan saran yang dapat membangun pada perancangan ini.