

BAB V

PENUTUPAN

1.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan berfokus pada analisis perubahan logo Halal Indonesia melalui perspektif teori Gestalt. Berikut adalah kesimpulan utama dari penelitian ini:

1. Penerapan Prinsip-Prinsip Gestalt dalam Re-Branding

Penerapan prinsip-prinsip teori Gestalt seperti kesatuan (unity), keseimbangan (balance), dan kesederhanaan (simplicity) terbukti efektif dalam menciptakan logo baru yang lebih mudah dikenali dan diterima oleh masyarakat. Logo baru ini menunjukkan bahwa elemen-elemen desain yang diletakkan secara strategis dapat menciptakan persepsi yang kuat dan positif tentang produk halal.

2. Persepsi Masyarakat terhadap Logo Baru

Masyarakat menunjukkan reaksi positif terhadap logo baru. Mereka merasa bahwa logo tersebut lebih modern dan sesuai dengan perkembangan zaman, namun tetap mempertahankan esensi religius dan kultural yang penting dalam konteks produk halal di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan logo tidak hanya berhasil dari segi estetika, tetapi juga dari segi penerimaan sosial dan budaya.

3. Implikasi Budaya dan Religius

Logo Halal yang baru dirancang dengan mempertimbangkan aspek budaya dan religius masyarakat Indonesia. Penggunaan elemen desain yang mengacu pada kaligrafi Arab dan simbol-simbol Islam memperkuat identitas religius

dari logo tersebut. Ini menunjukkan bahwa desain komunikasi visual yang efektif harus mempertimbangkan konteks budaya dan religius dari audiens targetnya.

4. Efektivitas Komunikasi Visual

Logo baru berhasil dalam menyampaikan pesan kehalalan produk dengan lebih jelas dan efektif. Kesederhanaan desain memudahkan konsumen untuk mengenali dan memahami makna dari logo tersebut. Ini membuktikan bahwa prinsip-prinsip Gestalt dapat diaplikasikan secara praktis untuk meningkatkan efektivitas komunikasi visual dalam branding.

5.2 Saran

Kaidah Tulisan Kaligrafi Yang Tidak Selaras

Penggunaan Logo Dalam etnik budaya lokal sah-sah saja tetapi tidak boleh melupakan kaidah kaligrafi. Dari perspektif kaidah kaligrafi, logo ini harus mematuhi aturan estetika dan teknis yang diakui dalam seni kaligrafi Islam. Kaidah kaligrafi meliputi *proporsi huruf, keseimbangan visual, kesesuaian elemen, dan estetika tipografi*. Desain logo harus menjaga proporsi huruf dan elemen kaligrafi agar tidak terdistorsi. Selain itu, penggunaan gaya kaligrafi harus konsisten dan mengedepankan keindahan serta keterbacaan, yang sejalan dengan prinsip-prinsip Gestalt untuk menciptakan pengalaman visual yang harmonis dan efektif.

Melalui analisis dari perspektif teori Gestalt dan kaidah kaligrafi, logo Halal Indonesia tahun 2022 berhasil menciptakan desain yang harmonis dan fungsional. Prinsip-prinsip Gestalt membantu dalam memahami bagaimana elemen visual bekerja bersama untuk menciptakan kesatuan yang padu, sementara kaidah kaligrafi memastikan bahwa aspek estetika dan teknis dari seni kaligrafi tetap dipertahankan. Dengan demikian, logo ini tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan kehalalan tetapi juga menghormati nilai-nilai budaya dan estetika yang mendasarinya.

Rekomendasi untuk Desainer dan Pembuat Kebijakan

Desainer harus terus memperhatikan prinsip-prinsip Gestalt dalam pengembangan logo dan identitas merek untuk memastikan bahwa elemen-elemen desain tidak hanya estetis tetapi juga fungsional dan bermakna. Pembuat kebijakan dan organisasi terkait harus mempertimbangkan umpan balik dari masyarakat dan ahli dalam proses re-branding untuk mencapai hasil yang lebih inklusif dan diterima luas.