

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Setelah melalui rangkaian proses dalam mengerjakan tugas akhir “Perancangan *Brand Identity* Sebagai Media Promosi untuk UMKM “Berkah Jaya” Salad Buah dapat diambil kesimpulan bahwa dalam kebutuhan sehari-hari yang semakin padat banyak sekali aktivitas yang dilakukan oleh setiap orang dan membutuhkan makanan yang bermanfaat bagi kesehatan. Masyarakat saat ini berusaha untuk mengonsumsi makanan sehat dan menjadi kebiasaan agar badan tetap *fit* dan menjaga kesehatan. Salah satu makanan sehat yang aman dikonsumsi adalah salad, baik itu salah buah maupun salad sayur.

“Berkah Jaya” Salad Buah merupakan industri rumah tangga yang bergerak di bidang makanan, khususnya salad buah di Kota Balikpapan. Produk ini dapat dikonsumsi di segala usia namun target pasar dikhususkan untuk orang dewasa yang berusia 26 – 45 tahun dengan tujuan untuk meningkatkan orang gemar dan mengonsumsi makan buah-buahan dengan cara yang menyenangkan namun masalah yang dihadapi oleh “Berkah Jaya” Salad Buah adalah belum mempunyai *brand identity* dan media promosi yang digunakan masih sangat kurang sehingga produk tidak dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dari permasalahan tersebut maka “Berkah Jaya” Salad Buah membutuhkan *brand identity* sebagai identitas produk dan media promosi yang digunakan baik secara *online* maupun *offline* serta menjadi produsen salad buah yang memiliki *brand identity* khususnya di Kota Balikpapan.

Proses perancangan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang terbagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dimulai dari observasi, wawancara, dan kuisioner dan data sekunder dimulai dari studi pustaka dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari pengumpulan data yang dilakukan dianalisis kembali menggunakan analisis SWOT dan matriks SWOT dengan menentukan strategi yang dilakukan yang

dapat mempengaruhi “Berkah Jaya” Salad Buah. Selanjutnya dilakukan membuat *brand brief* sebagai acuan agar proses yang dilakukan sesuai dengan tujuan.

Perancangan ini diawali dari membuat logo mulai dari pembuatan *sketch* hingga masuk kedalam pewarnaan. Setelah memiliki logo baru untuk “Berkah Jaya” Salad Buah dilanjutkan dengan membuat media promosinya sebagai media pendukung dari produk “Berkah Jaya” Salad Buah baik *online* maupun *offline*. Selanjutnya dilakukan membuat buku GSM (*Graphic Standard Manual*) sebagai buku panduan untuk “Berkah Jaya” Salad Buah yang mencakup mulai dari latar belakang umkm secara singkat, tujuan, visi misi, proses pembuatan logo hingga media promosi yang digunakan untuk mendukung “Berkah Jaya” Salad Buah.

Hasil yang didapatkan dari perancangan ini berupa *brand identity* dari logo baru “Berkah Jaya” Salad Buah, media promosi yang digunakan hingga buku GSM (*Graphic Standard Manual*) sebagai buku panduan dari perusahaan.

6.2 Saran

6.1.1 Bagi Pelaku Usaha

Brand bukanlah sekedar nama atau logo. Logo dan nama tidak akan memberikan arti apapun tanpa suatu ekspresi (internal dan eksternal) yang konsisten. Proses ekspresi ini harus dapat diinterpretasikan secara utuh sebagai pesan yang kuat dalam berbagai media dan aplikasinya. Pembentukan identitas sebuah *brand* tidak hanya terletak pada logo, namun juga ditentukan oleh unsur-unsur visual lainnya.

Alangkah baiknya apabila saat ini seluruh industri kreatif mulai mengaplikasikan perancangan logo dan promosinya dikarenakan untuk meningkatkan nilai jual dari apa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Konsep merupakan hal dasar yang penting dalam merancang suatu identitas visual. Oleh karena itu, disarankan untuk menyiapkan konsep dan *list* yang ingin dipersiapkan secara matang terlebih dahulu sebelum memulai tahap visualisasi, tentunya didukung oleh riset dan informasi yang lengkap untuk mempermudah proses khususnya perancangan logo. Selain itu, pemahaman tentang teori *branding* juga diperlukan sebagai acuan dalam perancangan.