

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### 6.1 Kesimpulan

Menjadinya UMKM sebagai salah satu instrumen penting dalam pergerakan perekonomian Indonesia membuat peningkatan industri UMKM-UMKM saat ini. Hal ini dapat terlihat pada banyaknya kedai kecil seperti cafe dan angkringan. Pertumbuhan industri ini juga terjadi di dunia digital juga yang banyaknya para pengusaha-pengusaha menjual barang dan jasanya secara daring. Hal ini juga didukung dengan adanya kemudahan untuk membeli dan menawarkan melalui sebuah online platform seperti *Go-jek*, *Grab*, *Instagram*, *Facebook*, dan masih banyak lagi. Oleh karena ini peluang bisnis di Indonesia dengan mudah bermunculan dan berkembang.

Nawtella merupakan salah satu UMKM yang bergerak di industri makanan dan minuman yang ada di Kota Jakarta Barat. Nawtella mempunyai peluang untuk menjual produknya dikarenakan kondisi yang dihadapi seluruh dunia saat ini, COVID-19, membuat masyarakat lebih memilih untuk membeli produk dan jasa lewat *online platform*. Akan tetapi Nawtella tidak memiliki *brand identity* yg menonjol sehingga *brand* masih kurang dikenali oleh masyarakat di Kota Jakarta Barat. Maka dari itu, diperlukan *re-branding* untuk meningkatkan *brand awareness* serta menarik target pasar yang diinginkan.

Perancangan ini disusun dengan menerapkan metode kualitatif yang proses pengumpulan datanya dilakukan melalui wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Data-data yang didapatkan kemudian dianalisis dengan teknik analisis SWOT yang akan menghasilkan matriks SWOT. Matriks SWOT ini akan

membantu proses apa saja yang harus dilakukan oleh Nawtella. Nawtella mempunyai keuntungan pada nama *brand*-nya yang mudah, sehingga masyarakat dapat mudah mengingat akan tetapi kurangnya promosi dan *brand identity* yang jelas, menghambat dikenalnya dan berkembangnya *brand*. Oleh karena itu, *re-branding* yang dilakukan adalah penambahan *mascot* serta penggantian warna kuning yang dapat lebih menarik perhatian target pasar yang dituju. Identitas visual dirancang dengan gaya desain yang sederhana dan natural. Identitas visual Nawtella dilengkapi dengan *logogram*, *logotype*, *tagline* dan *pattern*. Warna yang digunakan pun bertujuan untuk menarik perhatian audiens. Warna tersebut adalah warna kuning, merah, coklat dan hitam.

Audiens yang dituju oleh Nawtella adalah anak-anak muda yang kebanyakan dari mereka mempunyai akses ke semua media sosial termasuk *Instagram* sehingga Nawtella menjadikan media promosi digitalnya di *Instagram*. Perancangan media promosi digital ini selain untuk menawarkan produk, *Instagram* membuat penggunaanya mudah untuk berinteraksi satu dengan lainnya sehingga Nawtella dapat mempunyai komunikasi 2 arah antara *brand* dan konsumen.

Hasil akhir dari perancangan *re-branding* ini adalah logo, buku *Corporate Identity System* (CIS), media promosi berbentuk konten untuk laman *Instagram* yaitu sebanyak 15 *post* terdiri dari 8 foto produk, 3 *story*, 2 *stop-motion*, 2 *motion grafis*. Semua konten dirancang dengan penggabungan elemen teks, foto, ilustrasi dan gambar grafis. Elemen desain pendukungnya adalah *packaging* yang berupa *paper bag* dan *paper bowl* lalu *stationery* dengan *thank you card*, *business card* dan *sticker*.

## **6.2 Saran**

### **6.2.1 Bagi Pelaku Usaha**

Keaktifan pada laman Instagram yang dijaga konsistensinya akan sangat membantu untuk pertumbuhan usaha dan *brand awareness*. Maka dari itu, diharapkan untuk mengunggah sebuah konten secara berkala dan interaktif. Selain dari pertumbuhan usaha dan *brand awareness*, Nawtella akan dapat membangun kepercayaan kepada calon konsumennya.

### **6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Perancangan dasar adalah hal penting dalam merancang suatu identitas visual. Perancangan dasar tersebut meliputi konsep dasar, konsep yang ingin dihasilkan, serta bagaimana ide dan pesan dari konsep tersebut dapat tersampaikan pada identitas visual. Oleh karena itu, menyiapkan daftar hal yang akan dilakukan, dibutuhkan dan dipersiapkan harus dicatat terlebih dahulu sehingga saat memulai tahap perancangan tidak akan melalui tahap yang sulit. Penguasaan terhadap teori dasar *branding* juga merupakan hal penting yang harus dikuasai, sehingga identitas visual yang dihasilkan efektif.