

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

Industri makanan dan minuman mengalami peningkatan yang cukup tinggi pada beberapa tahun terakhir ini khususnya di Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya usaha kuliner yang didirikan mulai dari usaha yang sudah lama berdiri maupun usaha-usaha *startup* kuliner. Hal tersebut juga dipermudah dengan majunya teknologi sehingga tersedia jasa-jasa pengantaran *online* seperti *gojek*, dan *grab* dengan itu, industri makanan dan minuman menjadi sebuah usaha yang menjanjikan bagi masyarakat Indonesia yang ingin memulai berwirausaha.

Kopiright adalah sebuah industri yang berupa kafe di Kota Malang yang menjual berbagai macam produk minuman olahan kopi maupun non kopi, namun perusahaan ini tidak memiliki *brand identity* dan juga kurang melakukan promosi kepada masyarakat, sehingga *brand* Kopiright kurang dikenali oleh masyarakat khususnya di Kota Malang. Untuk mengatasi permasalahan ini, maka diperlukan *brand identity* yang kuat agar mampu meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap Kopiright, dan mampu menarik target pasar melalui visual *identity* yang ditampilkan. Maka dari itu, dilakukan perancangan *brand identity* baru untuk Kopiright, agar Kopiright dapat meningkatkan *brand awareness*.

Proses perancangan yang dilakukan menerapkan metode perancangan kualitatif. Pengumpulan data akan dilakukan langsung di lapangan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal dari Kopiright. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan metode observasi dan juga wawancara agar data yang didapatkan detail dan juga lengkap. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT yang menggabungkan faktor internal dan eksternal perusahaan untuk merumuskan beberapa strategi untuk menaikkan *brand awareness* dari Kopiright. Kemudian, data yang telah diperoleh akan diolah menjadi sebuah *brief* singkat untuk mempermudah dalam proses visualisasi desain. *Brief* tersebut juga akan berguna

sebagai panduan agar hasil akhir menjadi lebih maksimal dan sesuai dengan kebutuhan Kopiright.

Untuk meningkatkan *brand awareness* dari kafe Kopiright, maka diperlukan sebuah identitas yang mudah diingat oleh konsumen dan calon konsumen. Oleh karena itu, identitas visual yang akan dirancang adalah identitas dengan gaya desain yang minimalis, *vintage* dan juga elegan dengan menggunakan perpaduan warna yang menarik dan juga unik agar identitas memiliki keunikan tersendiri. *Pattern* juga dibuat sebagai elemen tambahan agar desain semakin menarik.

Dengan target pasar yang sebagian besar merupakan generasi muda, media promosi digital menggunakan media sosial dianggap sebagai salah satu media yang paling efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dari sebuah *brand*. Media promosi yang digunakan dalam perancangan ini adalah Instagram. Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, Instagram juga memiliki fitur yaitu *Instagram promotion* yang dikhususkan bagi para pemilik usaha untuk mempromosikan usaha mereka kepada publik. Selain media promosi digital, juga akan dirancang kemasan dengan desain yang menarik dengan menerapkan *brand identity* yang telah dibuat. Kemasan juga dapat menjadi media promosi secara tidak langsung yang dapat membantu untuk meningkatkan *brand awareness* dari Kopiright. Oleh karena itu dengan dirancangnya *brand identity* yang baru untuk Kopiright, diharapkan kedepannya *brand awareness* Kopiright akan terus meningkat sehingga Kopiright akan mengalami kenaikan pemasukan.

Hasil akhir dari perancangan ini berupa logo, buku *graphic standard manual*, media promosi digital, *merchandise*, *packaging*, *pattern*, menu, *paper bag*, *stamp*, *wrapping paper*, *signage*, *apron*, dan masih banyak lagi.

## **6.2. Saran**

### **6.2.1. Bagi Pelaku Usaha**

Promosi menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan dalam sebuah usaha. Oleh karena itu diharapkan bagi para pengusaha untuk memanfaatkan dengan memaksimalkan setiap sarana promosi yang ada, dan salah satu sarana promosi yang

efektif adalah Instagram. Oleh karena itu diharapkan untuk terus menjaga keaktifan media promosi Instagram dengan terus menerus melakukan pembaruan konten secara berkala. Selain itu juga diharapkan pelaku usaha dapat terus menjaga *brand identity* dari Kopiright dengan tidak menyalahgunakan desain dan ketentuan yang sudah dibuat di dalam GSM. Hal ini penting dilakukan untuk menarik calon konsumen, meningkatkan *brand awareness* dan tidak merusak identitas dari Kopiright. Keaktifan media promosi juga dapat meningkatkan interaksi kepada konsumen dan calon konsumen sebagai bentuk pendekatan dan membangun kepercayaan antara konsumen dan *brand*.

### **6.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Konsep merupakan dasar yang penting dalam merancang suatu identitas visual. Oleh karena itu, konsep harus disiapkan dengan matang terlebih dahulu agar pada proses visualisasi tidak terjadi kesalahan. Selain itu dengan konsep yang baik maka hasil akhir juga akan sesuai dengan keinginan. Riset dan juga pengumpulan informasi harus perhatikan dengan detail agar mempermudah perancangan logo. Teori dasar *branding* juga harus dipahami dengan baik agar identitas yang disampaikan dapat efektif dan menciptakan kesan yang baik.