

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Pertumbuhan industri makanan dan minuman semakin meningkat di beberapa tahun terakhir ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyak usaha kuliner yang didirikan, mulai kedai kecil hingga berbentuk café atau restaurant besar. Hal ini juga didukung dengan munculnya jasa pengantaran online yang memudahkan para pelaku UMKM makanan minuman untuk meningkatkan penjualan produk melalui platform ini, sehingga industri makanan minuman menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan bagi masyarakat di Indonesia.

Saat ini kebiasaan minum kopi telah berkembang menjadi sebuah gaya hidup, dan para penikmat kopi tanah air kini mulai mengikuti tren meminum kopi ala mancanegara. Hal tersebut memberikan peluang bisnis khususnya pada orang yang paham tentang kopi dan jeli melihat peluang bisnis yang ada. Usaha *Coffee shop* ini memang menjanjikan sehingga tidak heran jika usaha ini sekarang sudah menjamur. Masing-masing usaha mempunyai strategi sendiri-sendiri dalam menarik calon konsumennya.

12Bars merupakan salah satu industri yang lahir karena kebiasaan tersebut ini memiliki beberapa menu yang unik dalam bidang *coffee shop*, tetapi perusahaan ini tidak memiliki *brand identity* yang matang dan kurang melakukan promosi, sehingga masih kurang dikenali oleh masyarakat di Kota Banyuwangi. Oleh karena itu, diperlukan *brand identity* yang mampu meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap perusahaan dan dapat menarik target pasar melalui visual yang ditampilkan.

Proses perancangan ini menerapkan metode perancangan kualitatif, dimana proses pengumpulan data akan dilakukan langsung di lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara dengan tujuan mendapatkan semua data dan informasi yang dibutuhkan. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT yang menginteraksikan faktor internal dan eksternal perusahaan untuk menghasilkan alternatif strategi. Data yang

telah dikumpulkan diolah menjadi brief singkat untuk mempermudah tahapan visualisasi desain dan dijadikan panduan agar proses perancangan lebih terarah dan dapat menghasilkan output yang maksimal.

Untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan secara efektif, diperlukan identitas yang dapat dengan mudah diingat oleh konsumen. dengan gaya desain yang minimalis untuk menghadirkan kesan modern. Identitas visual 12Bars juga dilengkapi dengan beberapa elemen desain lainya untuk meningkatkan perasaan elegan. Perpaduan warna juga menggunakan warna hitam dan putih yang masing-masing menyampaikan kesan elegan dan simpel. Semua identitas visual yang dirancang memiliki kolerasi satu sama lain dengan perusahaan 12Bars agar nilai perusahaan dapat tersampaikan dengan efektif.

Dengan target pasar yang merupakan generasi muda, media promosi digital dianggap sebagai salah satu media yang efektif. Media promosi yang digunakan dalam perancangan ini adalah Instagram, karena penggunaan aplikasi Instagram juga cukup mudah untuk diaplikasikan dan dilakukan untuk kedepannya oleh 12Bars secara mandiri. Selain itu, Instagram juga menyediakan akun khusus bisnis yang menawarkan fitur menarik dan memudahkan para pengguna untuk melakukan interaksi dan menganalisis statistik akun secara lebih detail. Selain media promosi digital, juga akan dirancang box packaging yang tidak hanya berguna sebagai wadah penyimpanan dan pengiriman produk, tetapi juga menjadi salah satu gambaran identitas visual 12bars dan menjadi media promosi secara tidak langsung.

Hasil akhir dari perancangan ini berupa logo, buku corporate identity system yang berisi panduan penggunaan logo, media promosi berbentuk feeds Instagram sebanyak 15 post untuk kebutuhan unggah 1 bulan. 15 post itu bersikan 9 post tentang kafe itu sendiri seperti foto produk dan mungkin kedepanya bisa disisipkan suasana kafe dan 6 post konten yang berisikan mitos/fakta, *about*, promo, *quotes*, dan hari libur. *Feeds Instagram* berukuran format 1:1 yang dirancang dari gabungan foto produk, teknik layout teks dan elemen visual lainnya.

6.2 Saran

6.2.1 Bagi Pelaku Usaha

Promosi merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan, oleh karena itu diharapkan agar tetap menjaga keaktifan media promosi Instagram dengan terus menerus melakukan pembaruan secara berkala. Hal ini penting dilakukan untuk menarik target audiens dan meningkatkan *brand awareness* 12Bars. Keaktifan media promosi juga dapat meningkatkan interaksi kepada konsumen untuk melakukan pendekatan dan membangun kepercayaan kepada konsumen.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Konsep merupakan dasar yang penting dalam merancang suatu identitas visual. Oleh karena itu, disarankan untuk menyiapkan konsep dan list semua yang ingin dipersiapkan dengan matang terlebih dahulu sebelum memulai tahap visualisasi, tentunya juga didukung dengan riset dan informasi yang lengkap untuk mempermudah proses khususnya perancangan logo. Selain itu, diperlukan penguasaan yang cukup matang terkait teori dasar *branding*, agar identitas yang disampaikan dapat efektif dan menciptakan kesan yang baik bagi target audiens.