

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada redesain identitas visual Dapur Ibu Nit Nit, dapat kita simpulkan bahwa identitas visual suatu perusahaan sangatlah penting untuk mencapai *positioning* yang ingin dicapai suatu perusahaan di mata masyarakat. Image mencerminkan perusahaan, sehingga identitas visual perusahaan memberikan dasar yang jelas untuk menciptakan gambar dan kesan yang ingin disampaikan. Perusahaan dengan identitas visual yang baik otomatis mendapat perhatian lebih dan nilai positif di mata masyarakat. Dapur Ibu Nit Nit sebagai UMKM makanan beku ingin menampilkan citra produk istimewa yang berbeda dari yang lain baik dari segi rasa maupun tampilan. Namun perusahaan masih belum memiliki identitas visual yang jelas dan stabil. Identitas perusahaan sangat penting bagi perkembangan suatu perusahaan, dan logo merupakan salah satu elemen penting dalam penerapan identitas visual.

Logo dari Dapur Ibu Nit Nit ini dirancang dengan konsep yang berorientasi pada *personality* perusahaan, produk dan konsumen. Bentuk logo berasal dari gabungan dari *logotype* dan siluet seorang ibu. Elemen aura di sekitar sosok itu melambangkan kehangatan dan keramahan sang ibu. Warna yang dipilih adalah merah dan biru. Warna merah yang cerah dan *eye-catching* ini meningkatkan nafsu makan dan cocok sebagai identitas merek makanan dan produk kuliner dan warna biru memberikan kesan dingin melambangkan proses pembekuan yang menjaga kesegaran makanan saat disajikan. Tipografi yang dipilih untuk logo Dapur Ibu Nit-Nit adalah *font Sagoe* dan *Montserrat Bold* yang memiliki gaya tulisan tangan yang unik dan personal. Penggunaan *font Segoe* dan font *Montserrat* tebal dimaksudkan untuk menyampaikan nilai kehangatan, keramahan, dan nuansa *homey*, layaknya masakan rumahan seorang ibu.

5.2 Saran

Perancangan Identitas visual ini diharapkan dapat menciptakan *image* baru yang dapat mewakili personality Dapur Ibu Nit-Nit, yaitu perusahaan yang bergerak dibidang *frozen food*. Sehingga masyarakat akan mengenal Dapur Ibu Nit-Nit sebagai salah satu *frozen food* pilihan yang memiliki kualitas terbaik juga. Untuk Dapur Ibu Nit-Nit agar semakin banyak masyarakat mengenal Dapur Ibu Nit-Nit maka, Dapur Ibu Nit-Nit harus konsisten menggunakan Identitas Visual pada setiap medianya. Sehingga dengan konsistensi diri yang baik akan memberikan value yang baik terhadap konsumen dan konsumen masyarakat mengingat Dapur Ibu Nit-Nit.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreessen, M. (2007). The only thing that matters. Retrieved from http://pmarchive.com/guide_to_startups_part4.html
- Arfiyansyah, S. (2022). Kisah hujan uang dan pentingnya inklusi keuangan bagi UMKM. *Treasury Indonesia : Ekosistem Fiskal Untuk Kebangkitan UMKM*, 2(36).
- Aaker, J., Garbinsky, EN., & Vohs, KD. (2012). Menumbuhkan Kekaguman Pada Merek: Kehangatan, Kompetensi, Dan Pendaratan Di "kuadran Emas." *Jurnal Psikologi Konsumen*, 22 (2), 191-194. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.11.012>.
- Alexander, Bryan. (2011). *The New Digital Storytelling: Creating Narratives With New Media*. California: Praeger
- Chua, J. H. Z., & Low, G. S. (2019). Impact of surface graphics on visual attention and food perception. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 17, 100141.
- Cindy, L. dan Edmonds, E.(2018). Practice-based research in the creative arts foundations and futures from the front line. *Leonardo*, 51(1), 63-69
- Dooley, G., & Hwang, C. (2022). Strategy in action: How organizations use color in branding. *European Management Review*, 19(1), 7-24.
- Ellis, S. (2018). The Startup Pyramid. Retrieved from <https://www.startup-marketing.com/the-startup-pyramid/>
- Fiolet, T., Srour, B., Sellem, L., Kesse-Guyot, E., Allès, B., Méjean, C., ... & Touvier, M. (2018). Consumption of ultra-processed foods and cancer risk: results from NutriNet-Santé prospective cohort. *BMJ*, 360.
- Gonzalez, E. F., Soto, R., & Acosta, R. (2015). Adoption of Redesign and Simulation of Processes in Business of Manufacturing SMEs. *Journal of Applied Research and Technology*, 13(3), 261-270.
- Hendriyana, H. (2021). *Metode penciptaan karya practice-led research and practice-based research seni rupa, seni kriya dan desain (Revisi)*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

- Hu, J., Zhang, J., & Liu, Y. (2022). Construction of Regional Brand Logo Design Based on Gestalt Laws. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 9(7)
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Kementerian Kesehatan RI. (2018). *Laporan Nasional Riskesdas 2018*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan.
- Lucas, T., & Prudent, E. (2019). Color research and its application to fashion and textiles. *Colour Research & Application*, 44(1), 8-20.
- Labrecque, L. I., & Milne, G. R. (2022). Perspectives on color: It's more than meets the eye. *Journal of Consumer Psychology*.
- Liu, H., Li, K., & Liu, D. (2022). Research on logo design of intangible cultural heritage based on visual communication. *Frontiers of Engineering Management*, 9(1), 57-69.
- Meurer, H., Steinhoff, F., Paschek, D., & Ika, C. (2018). Design knowledge management in design science research projects. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 49(2), 79-101
- Hendriansyah, H. (2013). *Wawancara, observasi, dan focus groups sebagai instrumen penggalan data kualitatif*. Depok : PT. Rajagrafindo Persada.
- Mohammed Abderrahmane, G., Khalifa, N., & Mahieddine, A. (2022). The development of visual identity for the branding strategy. *Artificial Intelligence*, 2(2), 152-158.
- Moubarac, J. C., Martins, A. P. B., Claro, R. M., Levy, R. B., Cannon, G., & Monteiro, C. A. (2014). Consumption of ultra-processed foods and likely impact on human health. Evidence from Canada. *Public health nutrition*, 18(13), 2240-2248.
- Murwanti, A. (2017). Pendekatan practice-led research. membangun tradisi inovasi melalui riset berbasis praktik seni dan desain [Online]. Diakses dari <https://www.neliti.com/id/publications/196054/pendekatan-practice-ledresearch-sebuah-upaya-fundamental-untuk-mengatasi-ketimp#cit>
- Pratiwi, R., Zuliarso, I., & Wardani, L. K. (2022). Redesigning The Layout Of Gn. Pengkol Tourism Village Website Using User Experience Approach. *TRANSLATUM Journal of Translation Studies*, 2(2), 57-67.

- Pratama. 2016. Jenis Dan Karakter Huruf Dalam Tipografi. Diakses 1 November 2023 pukul 9.23 wib Dari <http://teoridesain.com/2016/06/jenis-dan-karakter-hurufdalam-tipografi.ht>
- Rustan, Suriyanto. 2013. Mendesain LOGO. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
 _____ . 2014. LAYOUT, Dasar & Penerapannya. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rauber, F., Campagnolo, P. D. B., Hoffman, D. J., & Vitolo, M. R. (2015). Consumption of ultra-processed food products and its effects on children's lipid profiles: a longitudinal study. *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases*, 25(1), 116-122.
- Roespityo, R., Gitamanggala, K. Y., & Sya'bani, A. I. (2022). Batik Ciwaringin Pattern Deconstruction as an Effort to Develop Creative Industries in Digital Printing. *TRANSLATUM Journal of Translation Studies*, 2(2), 79-84.
- Riyanto, B., Zuliarso, I., & Soelarko, R. M. (2022). Deconstruction of Pandan Wangi Weaving Ornaments as an Inspiration for Hand Bag Product Design. *TRANSLATUM Journal of Translation Studies*, 2(2), 85-94.
- Ripsam, J. (2019). Testing Product/Market Fit. *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/article/338183>
- Rogahang, Piere Henry. Hanny Poli. Frits O.P Siregar. 2015. Redesain Kompleks Stadion Klabat Manado Arsitektur Modern Rasionalisme. *Jurnal Arsitektur DASENG UNSRAT*. Manado: Universitas Sam Ratulangi
- Suryanita, R. (2019). Validation Board: Cara Termudah Ukur Product Market Fit Startup. *Dailysocial.id*. <https://dailysocial.id/post/validation-board-cara-termudah-ukur-product-market-fit-startup>
- Satomi, J. A., & Rozana, N. M. (2022). Colour Meanings and Influences on Human. *Malaysian Journal of Sustainable Environment*, 9(1), 20-23.
- Spence, C. (2019). On the psychological impact of food colour. *Flavour*, 8(1), 1-16.
- Stanciu, S., & Hristea, A. M. (2022). Use of color in food and beverages. The ideal color(s). *Foods*, 11(1), 88
- Sari, N. M., & Nugraha, A. (2022). Interior Design of Wastra Art Workshop Gallery in Kendal Using Joglo Javanese Concept. *TRANSLATUM Journal of Translation Studies*, 2(2), 51-56.

- Schneider, Edward F. (2004). "Death with a Story." 30 (3), 361–75.
<https://doi.org/10.1093/hcr/30.3.361>
- Wirya, Iwan. 1999. Kemasan Yang Menjual. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utam.
- Yumiasih, L. 2013. Visual Identity.
http://lelyumiasih.blogspot.co.id/2013/11/visual-identity_4802.html (23 September 2016).
- Zhang, Y., Yao, L., Sun, A., & Song, H. (2019). Tourists' perceptions of partitioned prices and unity prices: Impacts on fairness and purchase intention. *Tourism Management*, 71, 462-471.