

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Dengan menggunakan pendekatan *pre-factum, practice led research*, perancangan *visual identity* Seblak Bunda Raziel, diawali dengan melakukan observasi ke lapangan, yaitu tempat usaha Seblak Bunda Raziel. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi visual dari usaha tersebut, serta melakukan wawancara untuk mendapatkan data mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan. Setelah data dikumpulkan lalu peneliti menganalisis data dengan metode analisis SWOT dan STP untuk mengetahui target pasar dari usaha tersebut. *Visual identity* yang dibuat menginterpretasikan *best seller* usaha Seblak Bunda Raziel yaitu menu tulang dan ceker ayam, karakter dari produk yang memiliki rasa pedas, serta sifat perusahaan yang hangat dan kuat akan kebersamaan, ditampilkan kedalam bentuk visual yang dijadikan dasar dalam proses perancangan *visual identity* meliputi logo, warna, tipografi, *pattern*, dan desain mockup pada media yang sudah ditentukan.

Hasil perancangan *visual identity* diterapkan pada media promosi dan *stationary set* seperti kemasan, mangkuk, daftar menu, kartu pesanan, *apron, polo shirt, tote bag, sign system*, dan pembuatan akun instagram perusahaan. Pemilihan media disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Seluruh aturan penggunaan *visual identity* dapat dilihat melalui *brand book* atau pedoman merek yang sudah dibuat.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan, terdapat implikasi dari penelitian yaitu sebagai wadah media promosi usaha Seblak Bunda Raziel. Dengan adanya *visual identity* yang mencerminkan usaha Seblak Bunda Raziel, diharapkan dapat mengenalkan kepada masyarakat yang lebih luas mengenai usaha tersebut, menjadi pembeda usaha Seblak Bunda Raziel dengan usaha lainnya yang sejenis, dan menciptakan citra yang baik di mata masyarakat luas. Selain itu perancangan *visual identity* UMKM Seblak Bunda Raziel dapat menjadi pembeda usaha Seblak Bunda Raziel dengan usaha seblak lainnya, dengan upaya pengimplementasian

visual identity kedalam media promosi, baik media digital dan media cetak, diharapkan dapat memperluas target pasar, sehingga usaha tersebut dapat didaftarkan untuk mendapatkan hak kekayaan intelektual, dan dapat terus berkembang seiring berjalannya waktu.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan proses dan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah saran atau rekomendasi yang dapat dipertimbangkan untuk dilakukan penelitian selanjutnya:

1. Melanjutkan penelitian untuk meningkatkan *brand awareness* dari usaha Seblak Bunda Raziell, dan mendapatkan hasil yang lebih jauh terkait penjualan produk, dengan menyusun strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
2. Perusahaan Seblak Bunda Raziell diharapkan untuk menggunakan logo yang sudah dibuat, serta memperhatikan ketentuan penggunaan logo, *font*, *color palette*, *pattern* guna mewujudkan *visual identity* yang konsisten.