



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Sejarah Kecap SH dimulai sejak tahun 1920 oleh Shiong Hin dimana pada 1920-an industri kecap sangat sedikit, sehingga Bapak Shiong Hin tertarik mencoba memulai usaha kecap kecil dan menawarkan ke rumah-rumah. Kecap pabrik pada tahun itu susah ditemui dan sehingga saingan sedikit. Bapak Shiong Hin merupakan kelahiran dari Cina Benteng sehingga kecap SH terkenal dengan sebutan kecap benteng SH. Dengan usaha yang sangat gigih dari Bapak Shiong Hin usaha kecap ini berkembang pada tahunnya dan usaha ini diturunkan kepada anak cucunya. Sekarang Pabrik kecap SH dipimpin oleh Bapak Latief Sutarjadi dan Bapak Mulyadi yang merupakan keturunan dari Bapak Shiong Hin.

Berdasarkan hasil penelitian, observasi dan perancangan karya atas solusi dan penyelesaian rumusan masalah yang ada, maka memperoleh kesimpulan sebagai berikut : Kecap SH merupakan kecap warisan keluarga tetapi seringnya perkembangan jaman, kecap SH merupakan brand yang lama penjualannya tidak sebaik dengan kompetitor, selain itu awareness dan brandnya dipersepsikan kurang baik di konsumen, sehingga konsumen beralih ke produk kompetitor.

Oleh karena itu Pabrik kecap SH memerlukan suatu perancangan *re-branding* yang dikembangkan melalui sebuah konsep kreatif supaya menghasilkan brand yang baru, serta membangun perspektif baik di mata masyarakat. Konsep kreatif didapat dari data hasil penelitian yang menghasilkan sebuah ide perancangan

rebranding yang baik dan sesuai dengan kecap SH, dan penulis juga membuat *graphic standard manual* untuk membantu penggunaan dasar ketentuan logo kecap SH yang baru.

5.2. Saran

Bagi mahasiswa desain yang akan melakukan re-branding khususnya dibidang makanan dan minuman, akan lebih baiknya melakukan obsevasi terlebih dahulu, melakukan penelitian secara metologi yang diambil, wawancara dengan berbagai sumber agar mendapatkan informasi yang benar, hingga proses perancangan logo harus bertahap mulai mengeksplorasi visual dengan perkembangan zaman yang sesuai dengan topik yang diambil, sketsa perancangan dan penetapan gaya visual yang sesuai dengan konsep yang dibuat, hal ini bertujuan agar mendapatkan pematangan konsep.

UMMN