



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

Tingginya tingkat pecinta kopi di Indonesia menjadi salah satu faktor pendukung dari meningkatnya produsen-produsen kopi yang menawarkan beragam jenis kopi. Dengan mengandalkan jenis kopi yang beraneka ragam di Indonesia, dengan rasa dan kualitas yang khas dari masing-masing daerah, maka produsen kopi berlomba-lomba membuat kopi terbaik yang bisa menjadi pelopor kopi di wilayahnya masing-masing bahkan ke seluruh Indonesia.

Pemilik atau produsen kopi juga saling berlomba mengemas dan mempromosikan produk unggulan mereka dengan visual dan promosi yang baik agar tidak kalah saing dengan produsen kopi lainnya. Salah satunya dengan melakukan *rebranding* untuk meningkatkan kualitas visual yang masih kurang baik atau kurang menunjang dari sebuah produk.

Kopi Sinar Baru cap Bola Dunia merupakan satu dari sekian banyak produsen kopi robusta di Indonesia, khususnya di Lampung. Persaingan yang ketat antara produsen kopi Lampung lainnya membuat pemilik toko kopi ini untuk mengembangkan usahanya melalui perluasan konsep. Menurut hasil wawancara dengan pemilik toko Kopi Sinar Baru cap Bola Dunia, bapak Lucas Sukianto, selaku pemilik generasi ketiga toko kopi ini, *rebranding* melalui pendekatan elemen visual merupakan cara paling ampuh untuk meningkatkan persepsi publik terhadap sebuah produk.

Dalam proses perancangan, penulis melakukan beberapa penelitian sistematis, observasi, analisis SWOT, STP, identitas, dan studi pustaka sebagai panduan untuk menambah data yang dapat mempermudah penulis dalam menyelesaikan proses perancangan. Penulis juga melakukan *mindmapping*, *brainstorming* serta morfologi matrix untuk menginterpretasikan hasil dari data penelitian yang sudah dikumpulkan untuk diolah menjadi bentuk visual yang sesuai dan tepat dalam menggambarkan produk tersebut.

Objektif dari identitas visual Kopi Sinar Baru cap Bola Dunia adalah kopi Lampung terbaik sejak 1911 yang memiliki cita rasa yang khas dan kuat pada kopi yang ditawarkan dan juga dapat memberikan kualitas terbaik serta kenikmatan yang tiada tara dalam segelas kopi. Pesan yang ingin disampaikan dari identitas visual Kopi Sinar Baru cap Bola Dunia adalah

Penulis berharap agar logo Kopi Sinar Baru cap Bola Dunia yang baru dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya, yaitu agar Kopi Sinar Baru cap Bola Dunia dapat menjadi cerminan wajah baru dari visi misi dan nilai yang sudah ditetapkan oleh pemilik toko kopi dapat dikomunikasikan dan diterima oleh masyarakat luas, khususnya kepada konsumen Kopi Sinar Baru cap Bola Dunia.

5.2 Saran

Jika ingin merancang identitas visual dari sebuah perusahaan ataupun sebuah produk, maka harus melakukan *rebranding* melalui identitas visual. Melakukan *rebranding* dapat dimulai dari merumuskan masalah, hingga mendapatkan sebuah solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut. Perancangan ulang harus berdasarkan pada masalah yang ada dan data yang sesuai. Oleh karena itu, proses

perancangan identitas visual harus melewati proses penelitian yang akurat untuk memperdalam informasi tentang perusahaan agar penyelesaian masalah dapat diselesaikan dengan tepat. Sudut pandang objektif juga sangat dibutuhkan dalam proses perancangan agar logo memiliki konsep dan makna yang tepat dan dapat direalisasikan dengan baik dan benar.

