



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

Pesatnya perkembangan *e-commerce* memacu CV Teroka Indonesia yang merupakan perusahaan distributor bahan makanan untuk melakukan ekspansi bisnis ke bidang *e-commerce* melalui Teroka.id. Teroka.id menawarkan resep serta bahan makanan khas Indonesia yang berasal dari UKM lokal.

Berdasarkan penelitian penulis melalui studi pustaka dan wawancara dengan *owner*, CV Teroka Indonesia yang melakukan perkembangan bentuk dari B2B menjadi B2C, membutuhkan identitas visual yang baru sebagai perwujudan identitas serta visi baru yang dimiliki. Selain itu, kesan pertama merupakan salah satu hal terpenting bagi bisnis *e-commerce*, dimana dapat mempengaruhi persepsi audiens terhadap situs yang dikunjungi. Tampilan visual berupa *brand identity* serta website harus dapat menggambarkan perusahaan dan memberikan kesan kepercayaan terhadap pengunjung situs. Dengan rasa percaya, audiens dapat dengan nyaman menelusuri situs, bahkan untuk melakukan transaksi.

Dalam proses perancangan, penulis melakukan studi pustaka, wawancara, kuesioner, dan observasi eksisting mengenai kompetitor, serta melakukan analisis SWOT dan Positioning Teroka.id. Dari seluruh data penelitian tersebut, penulis dapat melakukan *mind mapping* dan *brainstorming* untuk menginterpretasikan hasil olahan data ke bentuk visual sehingga dapat secara tepat menggambarkan *brand*. Perancangan identitas visual Teroka.id lebih dari sekedar menawarkan produk resep, namun menawarkan nilai warisan serta budaya lokal dari resep itu

sendiri. Teroka.id juga dinilai dapat membantu UKM lokal dan produk lokal. Pesan yang ingin disampaikan dari identitas visual Teroka.id adalah rempah Nusantara, yang merupakan karakteristik dari kuliner Indonesia.

Penulis berharap agar logo Teroka.id yang baru dapat mencerminkan visi dan misi, serta entitas *brand* Teroka.id. Penulis juga berharap, dengan perancangan identitas visual yang baru ini dapat secara tepat memvisualisasikan positioning dari Teroka.id, serta meningkatkan kredibilitas *brand* Teroka.id di mata konsumen maupun investor, sehingga *brand* Teroka.id dapat berkembang dan mencapai visi dan misi yang diharapkan.

5.2. Saran

Apabila pembaca hendak merancang identitas visual (khususnya *brand e-commerce*), maka berikut saran dari penulis:

1. Dalam melakukan perancangan logo, jangan terpaku pada sebuah logo yang dirasa sudah baik. Terus lakukan eksplorasi sampai logo yang ditemukan dapat merepresentasikan entitas sebuah *brand*.
2. Pemilihan warna pada *brand e-commerce* merupakan hal yang sangat krusial. Warna yang dipilih selain harus merepresentasikan entitas *brand* tersebut, namun juga harus memiliki karakteristik *e-commerce*.
3. Buka pandangan terhadap berbagai kemungkinan gaya visual, namun tetap berpegang pada hasil *brainstorming* dan konsep.
4. Dalam pengaplikasian identitas visual, lebih baik proyeksikan terhadap keperluan *brand* 5 - 10 tahun kedepan.